

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
SOCIEDADE

**HEGEMONIA E MEDIAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O
TRABALHO CULTURAL A PARTIR DO PROGRAMA
DE TV *ESQUENTA***

BRUNA TÁVORA DE SOUSA MARTINS

São Cristóvão
2015

HEGEMONIA E MEDIAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O TRABALHO CULTURAL A PARTIR DO PROGRAMA DE TV *ESQUENTA*

BRUNA TÁVORA DE SOUSA MARTINS

Texto dissertativo apresentado ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, na linha de Economia, Cultura e Políticas de Comunicação, da Universidade Federal de Sergipe como requisito necessário à obtenção do grau de mestre.

Professor Orientador: César Bolaño

São Cristóvão
2015

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Martins, Bruna Távora de Sousa

M386h Hegemonia e mediação : um estudo sobre o trabalho cultural a partir do programa de TV *Esquenta* / Bruna Távora de Sousa Martins ; orientador César Bolaño. – São Cristóvão, 2015.

117 f. : il.

Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, 2015.

1. Indústria cultural. 2. Comunicação de massa e cultura. 3. Televisão – Programas. 4. Hegemonia. 5. Mediação. I. Bolaño, César Ricardo Siqueira, orient. II. Título.

CDU 659.3



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM
ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E
SOCIEDADE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Título do trabalho: **HEGEMONIA E MEDIAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O TRABALHO CULTURAL A PARTIR DO PROGRAMA DE TV ESQUENTA!**

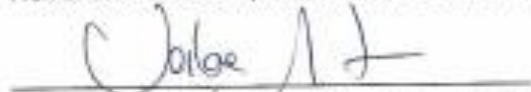
Discente: **BRUNA TÁVORA DE SOUSA MARTINS**

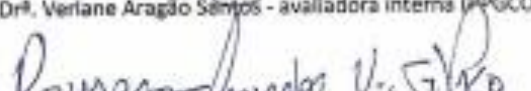
Data da defesa: **11/02/2015**

Às 18H (dezoito) do dia 11 (onze) do mês de fevereiro de 2015, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a Defesa da Dissertação da discente Bruna Távora de Sousa Martins, denominada **"HEGEMONIA E MEDIAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O TRABALHO CULTURAL A PARTIR DO PROGRAMA DE TV ESQUENTA!"**, conforme o que estabelece a Resolução 46/2011/CONEP/UFSE, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFSE. A banca examinadora foi composta pelas(os) professoras(os) doutoras(es) César Ricardo Siqueira Bolaño - orientador (PPGCOM-UFSE), Verlane Aragão Santos - avaliadora interna (PPGCOM-UFSE) e Romero Júnior Venâncio Silva - avaliador externo (Programa de Pós-Graduação em Filosofia-UFSE). A sessão solene de Defesa ocorreu na sala do Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM) localizado no Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe. A banca reuniu-se reservadamente e considerou a discente Bruna Távora de Sousa Martins APROVADA no Curso de Mestrado em Comunicação e Sociedade da UFSE (linha Economia, Cultura e Políticas de Comunicação) com o conceito A. A Banca Avaliadora Aprobou.

Cidade Universitária "Prof. José Aloísio de Campos", 11 de fevereiro de 2015


Prof. Dr. César Ricardo Siqueira Bolaño (PPGCOM-UFSE)


Prof. Dr. Verlane Aragão Santos - avaliadora interna (PPGCOM-UFSE)


Prof. Dr. Romero Júnior Venâncio Silva - avaliador externo (Programa de Pós-Graduação em Filosofia - UFSE)

Mestrado em Comunicação e Sociedade
- Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos
Av. Marechal Rondon, S/N - CEP 49.100-000 - Rosa Elze - São Cristóvão - Sergipe - Brasil
Telefones: (79) 2105-6390 - E-mail: mestradoemcomunicacao.ufse@gmail.com

RESUMO

O trabalho apresenta, a partir do programa de TV *Esquenta*, os mecanismos ativados pela organização cultural hegemônica que possibilitam que a indústria televisiva se constitua como espaço de mediação e hegemonia. Para isso, são apresentados os processos de hegemonia que vem se realizando no Brasil desde a instituição da modernidade brasileira, bem como explicita os processos de trabalho que possibilitam a apropriação do conhecimento do trabalhador cultural nesse contexto, apontando ainda as funções sistêmicas que cumpre a Indústria Cultural no capitalismo brasileiro. Isto, tomando como fio condutor de análise o trabalho cultural, sua importância fundamental no processo de mediação para impulsionar uma organização cultural solidária à expansão produtiva do sistema, e, ainda, a dupla apropriação operada sobre ele. Uma caracterizada pela generalização das relações de produção de cultura e a submissão da mediação desse trabalho ao setor capitalista, o que implica refletir sobre os processos de hegemonia inerentes à natureza intelectual desse trabalho, e outra definida pela internalização de uma aprendizagem técnica, o que implica refletir sobre a apropriação de seu conhecimento na consolidação de modelos hegemônicos de produção cultural.

Palavras-chave: Indústria Cultural; mediação; trabalho cultural; hegemonia

ABSTRACT

This paper presents, taking the example of the TV show *Esquenta!*, the mechanisms by hegemonic cultural organization that enable the television industry to be constituted as a space of mediation and hegemony. For this, we present the hegemony processes that has been carried out in Brazil since the imposition of Brazilian modernity and explains the work processes that allow the appropriation of cultural knowledge worker in this context, still pointing the systemic functions that the Industry cultural does in Brazilian capitalism. Thw work presents it by doing an analysis of the cultural labour and, its fundamental importance in the mediation process to promote a supportive cultural organization to implement an expansion of the economical system, and also the double appropriation operated on him. One, characterized by the generalization cultural relations of production and the submission of the mediation of this labour to the capitalist sector, which implies reflect on the hegemonic processes resulting from intellectual nature of this labor, and another defined by the internalization of a learning technique, which implies reflect on the appropriation of their knowledge in the consolidation of hegemonic models of cultural production.

KEY-WORDS: Cultural Industry; Mediation; Cultural labor; Hegemony

*Às professoras e aos professores do
caminho.*

Quando os trabalhadores perderem a paciência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

As pessoas comerão três vezes ao dia

E passearão de mãos dadas ao entardecer

A vida será livre e não a concorrência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

Certas pessoas perderão seus cargos e empregos

O trabalho deixará de ser um meio de vida

As pessoas poderão fazer coisas de maior pertinência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

O mundo não terá fronteiras

Nem estados, nem militares para proteger estados

Nem estados para proteger militares prepotências

Quando os trabalhadores perderem a paciência

A pele será carícia e o corpo delícia

E os namorados farão amor não mercantil

Enquanto é a fome que vai virar indecência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

Não terá governo nem direito sem justiça

Nem juízes, nem doutores em sapiência

Nem padres, nem excelências

Uma fruta será fruta, sem valor e sem troca

Sem que o humano se oculte na aparência

A necessidade e o desejo serão o termo de equivalência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

Quando os trabalhadores perderem a paciência

Depois de dez anos sem uso, por pura obscelescência

A filósofa-faxineira passando pelo palácio dirá:

“declaro vaga a presidência”!

Mauro Iasi

SUMÁRIO

Introdução	9
1 A organização da cultura e o capitalismo monopolista.....	15
1.1. Os intelectuais e a organização da cultura.....	15
1.2 Indústria Cultural e Capitalismo monopolista.....	19
1.2.1 As funções na Indústria Cultural.....	20
1.2.2 Trabalho cultural, audiência e mediação.....	24
1.2.3 Aleatoriedade, diferenciação e dinâmicas de trabalho.....	29
2 Cultura e fases do capitalismo no Brasil.....	40
2.1 A sociedade antes dos anos de 1930 e a ideologia do favor.....	41
2.2 O Estado Moderno no Brasil e a identidade nacional.....	46
2.3. Capitalismo Monopolista e Indústria Cultural.....	55
2.4 Notas sobre reestruturação produtiva, diversidade e cultura.....	66
3 Programa <i>Esquenta!</i>.....	69
3.1 A TV de massa na Fase da Multiplicidade da Oferta.....	70
3.2 Trabalho cultural e internalização da aprendizagem no Programa <i>Esquenta!</i>	78
4 Considerações finais.....	102
5 Referências.....	105

INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada nesse trabalho é o resultado de um processo de estudo que se iniciou ainda na graduação em comunicação, e partiu de uma inquietação em torno dos processos de organização da Indústria Cultural no Brasil e sua relação com as culturas da população a quem se dirige.

Ao observar o enorme vínculo da sociedade brasileira com os conteúdos midiáticos nacionais, mais precisamente, ao identificar o importante índice de audiência da programação televisiva no Brasil, cresceu meu interesse em compreender quais as múltiplas determinações que viabilizaram e possibilitaram esse quadro, o qual, por sua vez, se monta a partir dos referenciais culturais e simbólicos da própria sociedade e, por isso mesmo, mostra-se atravessado por apropriações, tensões e contradições.

A observação aleatória dos conteúdos culturais da programação televisiva é intrigante, principalmente por se tratar de um tipo de produção capaz de atender às demandas de ordem simbólica daqueles a quem se dirige ao mesmo tempo em que se mostra funcional à manutenção das distinções fundamentais que garantem a organização da sociedade em benefício da classe dirigente.

Aliás, o mantra do fim da sociedade de classes, difundido tão recorrentemente por essa própria organização cultural, constitutiva da Indústria Cultural em seu conjunto (da qual a programação televisiva é apenas um entre outros componentes), chocava-se diretamente com a observação concreta da realidade, onde é possível observar uma tensão de interesses manifesta em condições desiguais de acesso aos direitos sociais básicos, fato, todavia, incessantemente ocultado e naturalizado pelas diversas instituições que dele se beneficiam.

A dificuldade em encontrar um referencial teórico que captasse as contradições imanentes a esse processo me fez percorrer uma trilha teórica que caminhou das teorias críticas da Escola de Frankfurt aos Estudos Culturais latino-americanos, buscando encontrar soluções ancoradas em uma perspectiva crítica e, em especial, que dessem conta de elaborar uma compreensão do processo cultural a partir das tensões e contradições observadas na realidade sem, no entanto, perder a percepção da totalidade.

A explicação das múltiplas mediações da audiência que Barbero (1995) define – em seu trabalho fundador dos Estudos Culturais latino-americanos – em termos de ruptura com as teorias derivadas da Escola de Frankfurt, caracterizadas, segundo ele, pelo determinismo,

redunda numa espécie de relativismo, decorrente da adoção de uma definição de mediação de caráter fragmentário, que perde a ideia de totalidade do processo de dominação, minimizando, assim, a importância que, apesar das mediações individuais, continua tendo a estrutura da produção cultural impulsionada pela classe dirigente na dinâmica social.

Se o giro interpretativo dos Estudos Culturais enriqueceu o debate em comunicação, mostrando a autonomia do público e destacando que a consolidação da organização cultural se estabelece justamente a partir dos referenciais simbólicos daquele, não atendia, contudo, à inquietação pessoal acima referida, pois a análise se mostrava limitada, ao perder do horizonte a contradição que se resolve, no caso geral, em benefício daqueles com maior poder econômico.

Ainda que de maneira embrionária, devido às limitações e à precarização do trabalho intelectual que se observa hoje nos cursos de mestrado, ou ainda à formação especialista das escolas de graduação em comunicação, este trabalho trata de apresentar uma interpretação do problema da mediação, a partir de um programa de TV da Indústria Cultural brasileira, numa perspectiva alternativa àquela mais difundida no âmbito dos estudos em comunicação. O objetivo é entender a dinâmica da apropriação e incorporação das culturas das populações subalternas ao aparato hegemônico, captando as contradições inerentes ao fenômeno, evita-se tanto o determinismo das velhas teorias do imperialismo cultural, quanto o relativismo cultural que acabou por dominar o campo dos Estudos Culturais.

O referencial teórico escolhido para implementar esse movimento será amparado por uma articulação entre a Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC), na sua vertente brasileira, principalmente, através dos trabalhos de BOLAÑO (2000; 2012) e BRAGA (2013; 2015), e o pensamento de Antônio Gramsci (1985), cuja contribuição será tomada tanto na perspectiva da compreensão abstrata da organização cultural, quanto da percepção da constituição desta no caso concreto do Brasil (COUTINHO, 2011; 2013).

A articulação entre as condições abstratas e a observação do caso concreto, enfocará especificamente a formação da Indústria Cultural no país, através da análise de um produto cultural, o programa de TV *Esquenta* que compõe a programação daquela que é seu eixo dinâmico, a TV Globo.

A hipótese, portanto, é a de que o programa *Esquenta* representa um produto componente da organização da Cultura hegemônica brasileira, que cumpre a função de mediação entre os interesses da classe dirigente e da classe subalterna visando estabelecer a integração do trabalho

ao capital, a partir de um duplo processo, tanto de hegemonia, que elabora e se apropria dos elementos das culturas populares para sua realização, quanto a partir da submissão do trabalho cultural ao aparato industrial.

Nesse sentido, o objetivo geral é compreender quais os mecanismos são ativados pela organização cultural hegemônica, estes expressos também no *Esquenta*, e que possibilitam que a cultura seja utilizada como estratégia de dominação. Para isso, os objetivos específicos buscarão entender o processo de hegemonia que vem se realizando no Brasil desde a instituição da modernidade brasileira, analisar os processos de trabalho que possibilitam a apropriação do conhecimento do trabalhador cultural nesse processo, e ainda como esta organização cultural cumpre funções sistêmicas na constituição das fases do capitalismo brasileiro.

Esse esforço justifica-se pela necessidade em compreender a formação da Indústria Cultural como fenômeno histórico, possível nos marcos do capitalismo monopolista, que marca a generalização das relações de cultura no âmbito capitalista, tomando como fio condutor a análise sobre o trabalho cultural e intelectual e sua importância fundamental no processo de mediação na constituição de uma organização cultural solidária à expansão produtiva do sistema, ela própria espaço de reprodução social da classe dirigente (BOLAÑO, 2013).

A questão do trabalho será aqui enfocada pela sua importância nesse processo do ponto de vista da reprodução das indústrias culturais e do sistema econômico em geral e assim tomo como ponto de partida a produção da dupla mercadoria que produz: a audiência e o produto cultural (BOLAÑO, 2000), buscando compreender a dupla apropriação operada sobre ele. Uma caracterizada pela generalização das relações de produção de cultura e outra pela submissão desse trabalho ao setor capitalista (BOLAÑO, 2013), o que, por sua vez, implica refletir sobre os processos de hegemonia inerentes à natureza intelectual desse trabalho, e outra definida pela internalização de uma aprendizagem técnica, o que implica refletir sobre a apropriação de seu conhecimento na consolidação de modelos hegemônicos de produção cultural (BOLAÑO, 1988, 2000, 2004; BRITTOS, 2001).

Para analisar o objeto estudado, será utilizada uma revisão de literatura que abarque tanto as reflexões teóricas e abstratas, quanto aquela referente especificamente ao programa *Esquenta*. Além disso, para que fosse possível captar algumas especificidades e caracterizações do programa, foi realizada uma observação aleatória de sua exibição entre os meses de Julho e Novembro de 2014, além de pesquisas em *sites* e redes sociais dos trabalhadores culturais que o compõe e de instituições da sociedade civil que se posicionam à respeito do *Esquenta*.

Com esse caminho teórico-metodológico, pretende-se “articular dialeticamente os momentos abstratos obtidos na análise do modo de produção com as determinações mais concretas que resultam do exame da formação econômico-social enquanto nível mais complexo da totalidade societária” (COUTINHO, 1994, p.14) buscando compreender a questão da cultura na Indústria Cultural brasileira a partir da articulação de elementos de ordem econômica e simbólica que possam ser verificados e identificados no Programa *Esquenta!*, objeto empírico para refletir sobre as condições gerais de produção da cultura na fase atual do sistema.

Assim, inicio o capítulo primeiro com uma apresentação geral das contribuições gramscianas, no que se refere a ampliação do Estado capitalista que, a partir do século XX, complexifica os processos de dominação avançando para a constituição de uma organização cultural solidária à manutenção da divisão social de classes, privilegiando o interesses da classe dirigentes (COUTINHO, 1992). A análise destaca, mais precisamente, a função que cumprem os intelectuais nesse processo social, demonstrando seu papel no processo organizativo da cultura. Aquela composta pela apropriação de elementos da cultura popular das classes subalternas (MONTERO, 1994), e que se consolida como meio de dominação e disputa pela hegemonia da sociedade (GRAMSCI, 1985, COUTINHO, 2011).

Após demonstrar a função organizativa dos processos culturais e de seus “funcionários” correspondentes, os intelectuais, avanço para o eixo de análise a partir dos estudos da Economia Política da Comunicação e da Cultura, através dos quais é possível demonstrar a forma que essa organização cultural hegemônica assume no capitalismo monopolista, e que configura em escala global o fenômeno da Indústria Cultural (BOLAÑO, 2000). Para apresentar esta configuração e sua relação com o sistema capitalista, apresento os aspectos macroeconômicos relacionados à instituição do Capitalismo Monopolista e as funções essenciais, publicidade e propaganda, (BOLAÑO, 2000) que a Indústria Cultural passa a cumprir nessa fase.

Após apresentar as determinações gerais do setor, eu investigo as relações do trabalho intelectual necessário para estruturar a organização cultural da Indústria Cultural, a saber o trabalho cultural, buscando explicitar a relação capital/trabalho que possibilita a constituição da Indústria Cultural. Assim, desenvolvo uma caracterização em torno das implicações que se dão no interior do processo produtivo da indústria, com destaque para o setor televisivo, examinando o caráter de mediação inerente a esse tipo de trabalho e suas implicações no processo

organizativo de uma cultura generalizadora de visões de mundo que asseguram o consenso necessário à “batalha de ideias”¹.

Além das determinações abstratas que se ligam ao caráter de mediação desse trabalho, também apresento determinações de ordem concreta e microeconômica que demonstram como se dá o processo de submissão e apropriação do trabalho cultural pela indústria. Para isso, examino aspectos microeconômicos ligados ao processo de incorporação do trabalho cultural na dinâmica da economia televisiva, localizando-a no âmbito da economia do conhecimento, e explicitando alguns meios de apropriação da relação capital/trabalho que se realizam por processos de aprendizagem, experimentação e conhecimento (BOLAÑO e MATTOS (2002), LUNDVAL (2000))

Exposto o referencial teórico-metodológico que foi escolhido para este trabalho, no capítulo segundo, particularizo as determinações gerais explicitadas teoricamente no capítulo primeiro, demonstrando como elas vem se realizando concretamente no caso brasileiro. Para isso, especifico as dinâmicas de organização cultural que vêm se constituindo no Brasil ao longo do desenvolvimento do capitalismo e que buscam a adesão das classes populares ao projeto dirigente, tanto a partir da difusão de visões de mundo que lhe são fundamentais (COUTINHO, 2011; MONTERO, 1994), quanto a partir da contratação do trabalho cultural e a incorporação de sua função intelectual de mediação no interior de uma poderosa Indústria Cultural de caráter monopolista (BOLAÑO, 2000; 2012).

Para isso, utilizo um referencial histórico em torno da cultura brasileira a partir dos trabalhos de SCHWARZ (2009), COUTINHO (2011), BRAZ (2012) e outros autores demonstrando o início dos processos de hegemonia no Brasil, por volta dos anos 1930, que foram marcados principalmente pela ideologia e afirmação da mestiçagem. Em seguida, explico a constituição da Indústria Cultural no Brasil, a partir da consolidação da TV Globo, demonstrando a incorporação do trabalho cultural de um grupo específico de artistas para realizar a estratégia de consolidação da emissora. Isto, articulado a um referencial histórico-econômico a partir dos trabalhos de FURTADO (1976, 1976-B) e MELLO (2002), que é utilizado para explicitar as relações existentes entre economia e cultura.

A utilização desse duplo referencial busca demonstrar, a partir de casos concretos, como se deu o processo organizativo da cultura hegemônica em sua relação com as fases do

¹ COUTINHO, Carlos Nelson. Gramsci. **Um estudo sobre seu pensamento político**. Editora Campus, 1992

capitalismo no Brasil. Assim, a abordagem da questão cultural será orientada pela relação entre produção, economia e cultura, uma vez que é traço do capitalismo contemporâneo a imbricação desses fatores (BARATA, 2011, p. 105).

Após expor as condições de organização cultural e das relações capital/trabalho nos dias atuais, enfoco a análise do capítulo três em um produto cultural representante da organização cultural hegemônica, o programa *Esquenta!*, demonstrando em sua constituição as determinantes de ordem teórica apresentadas no capítulo um e, ainda, apresentando continuidades com o processo cultural verificado nas fases anteriores, articulando as reflexões sobre construção da hegemonia e apropriação do trabalho no caso específico do objeto estudado.

Faço isso a partir de uma revisão de literatura dos trabalhos de ROCHA (2008; 2013) e FECHINE (2008) e a partir de uma observação aleatória do programa realizada entre Julho e Novembro do ano de 2014. Para iniciar o capítulo, apresento as determinantes gerais do mercado brasileiro de comunicação que dão início a uma nova fase do mercado televisivo, a da Multiplicidade da Oferta (BRITTOS, 2001), em que se observa uma ampliação das programações voltadas para os públicos de menor faixa de renda. Em seguida, exponho, como se deu a dinâmica de constituição do programa *Esquenta!* a partir de processos de gestão do conhecimento, aprendizagem e experimentação, demonstrando uma breve trajetória dos trabalhadores culturais que atuam no *Esquenta!* (ROCHA, 2008), e ainda o processo que foi sendo conduzido pela contratação de trabalhadores no interior da TV Globo e que tem como síntese o Núcleo Guel Arraes (NGA), que produz o programa.

Após, apresento uma breve trajetória da inserção de um novo grupo de trabalhadores culturais na programação, que são oriundos de comunidades periféricas, e que são membros do elenco do *Esquenta!*. Em seguida são apresentadas algumas visões de mundo divulgadas pelo programa procurando destacar seu papel funcional na relação capital/trabalho a partir de uma “visibilidade afirmativa” dos setores da periferia.

1 A organização da cultura e o capitalismo monopolista

O movimento que começa com as revoluções burguesas nos países europeus organiza o capitalismo como modo de produção de riqueza e constitui no século XVIII, o Estado capitalista liberal (COUTINHO, 1994). Embora de caráter revolucionário - uma vez que buscava a superação da classe dirigente feudal do período absolutista -, o movimento político que levou à constituição do Estado Burguês se fundou também na divisão entre classes dirigentes e dirigidas, e a função estatal continuou sendo, portanto, a de conservar e reproduzir tal divisão (idem, p. 47).

Em sua fase de transição, os principais meios que asseguraram aquela distinção foram baseados em mecanismos de repressão e coerção, que foram “o modo principal através do qual o Estado em geral (e, como tal, também o Estado capitalista liberal) fez valer essa sua natureza de classe” (COUTINHO, 1992, p.75).

Embora prevalecesse a coerção e a violência aos que não consentiam - como forma de garantir a manutenção do Estado e assim generalizar as condições necessárias para sua reprodução -, a dinâmica ainda “carecia de algum modo de legitimação e consenso para poder funcionar” (p.77). Esse consenso, por sua vez era assegurado por uma visão de mundo impulsionada pela ideologia religiosa vinculada e imposta pelos aparelhos militares e coercitivos do Estado (idem).

1.1. Os intelectuais e a organização da cultura

O predomínio da coerção em relação ao consenso seria modificado com a complexificação das lutas sociais, já no final do século XIX, quando se intensifica a socialização da política demandando uma “divisão social do trabalho de dominação” (BEIRED, 1998, p. 129). Assim, os mecanismos repressivos do estado *stricto sensu* são combinados a outras formas de controle expressas na organização de uma cultura ancorada na “necessidade de conquistar o consenso ativo e organizado como base para a dominação” (COUTINHO, 1992, p. 77).

O que significa “cultura” neste caso? Significa indubitavelmente uma coerente, unitária, e nacionalmente difundida “concepção de vida e do homem”; uma religião leiga”, uma filosofia que se tenha tornado exatamente ‘cultura’, ou seja, tenha gerado uma ética, um modo de viver, uma conduta civil e individual.²

² Antônio Gramsci nos Cadernos do Cárcere, 23, 1, p. 2185-6. Citação recolhida em BARATA, Giorgio. **Antônio Gramsci em Contraponto**. Editora Unesp, 2011, p. 80

A intensificação da política diversificou as formas de dominação da classe dirigente do Estado burguês, que ampliou os meios de garantir sua reprodução difundindo uma cultura compatível com a manutenção de suas condições gerais. A partir de então, para manter a produção de riqueza organizada sob seu controle, a classe dirigente combina o aparato estatal coercitivo com outras instâncias sociais, que devem promover o consenso e buscar a adesão das classes dirigentes (GRAMSCI, 1985). É assim que se

Funda ontologicamente a sociedade civil como uma esfera própria, dotada de legalidade própria, e que funciona como mediação necessária entre a estrutura econômica e o Estado-coerção [...] dependem não apenas do grau de socialização da política alcançado pela sociedade em questão, mas também da correlação de forças entre as classes sociais que disputam entre si (COUTINHO, 1992, p.78)

Deste modo, a tensão na disputa entre as classes ocorrerá não só nas instâncias próprias do Estado coercitivo, mas serão também resolvidas e consensualizadas pela mediação da sociedade civil, através das instituições que a compõem. A partir daí, se estabelece uma dinâmica “contínua [de] formação e superação de equilíbrios instáveis [...] entre os interesses do grupo fundamental e os interesses dos grupos subordinados” (SIMIONATO, 2009, p. 43) buscando estabelecer “uma unidade não apenas no plano jurídico-formal, mas ideologicamente projetada para toda a sociedade” (idem).

Esta complexificação das relações de domínio no Estado capitalista determina historicamente o surgimento da sociedade civil e explicita que “a base histórica do capitalismo se deslocou” (GRAMSCI, 2011, p. 272). A partir dessa apreensão Gramsci desenvolve a Teoria Ampliada do Estado especificando o capitalismo avançado por uma articulação entre “sociedade, ‘produção’ e ‘cultura’ [que] não podem mais ser isoladas, mas existem e reaparecem em sua relação recíproca” (BARATA, 2011, p. 104).

Uma das razões que possibilita às classes dominantes tomar o poder e mantê-lo não é necessariamente o uso da força bruta, mas, em grande medida, a dominação cultural e sua capacidade de difusão de ideias, valores, filosofias e visões de mundo por toda a sociedade (SIMIONATO, 2009 p.45)

Isto é causa e consequência da intensificação das lutas políticas que aprofundam as contradições imanentes à organização social capitalista, e impõe assim uma dominação das classes também por um processo de *hegemonia*.

A hegemonia se resume num tipo de dominação que é predominantemente (ainda que não inteiramente) consensual. [...] é a capacidade de liderar os grupos subordinados dentro de um quadro no qual estejam assegurados os

interesses fundamentais dos dirigentes; os dirigidos sintam como suas as pretensões do grupo dirigente (SECCO, 2010, p.2).

Assim, Estado (sociedade política) e organização da cultura (sociedade civil), em conjunto, constituem o Estado Ampliado e “ambos servem para conservar ou promover uma determinada base econômica, de acordo com os interesses de uma classe social fundamental” (COUTINHO, 1992, p.75). A partir de então, se estabelece uma dinâmica entre o que

pode ser chamado de “sociedade civil” (isto é, o conjunto de organismos chamados comumente de “privados”) e a “sociedade política ou Estado”, uma corresponde à função de “hegemonia” que o grupo dominante exerce em toda a sociedade e outra, se expressa no Estado e no governo “jurídico” (GRAMSCI, 1985, p. 11)

Deste modo, pela sociedade civil a classe dirigente busca ganhar aliados para suas posições através do consenso e da adesão das classes dirigidas, conformando as condições de sua reprodução econômica por um processo de *hegemonia*. Este que, no entanto, deve estar limitado pelos “meios de oposição considerados legítimos pelo grupo hegemônico” (SECCO, 2010, p.2).

A questão “consensual” na reflexão sobre o conceito gramsciano de hegemonia é importante para refletir sobre as contradições e ambiguidades que emergem na luta política. Isto porque, para que haja consenso e, portanto, hegemonia, de tempos em tempos, as classes dirigentes tem que fazer “sacrifícios parciais de ordem corporativa, já que muitas vezes os interesses dos dirigidos que serão absorvidos pelo ordenamento jurídico existente se chocam com interesses corporativos dos grupos dirigentes” (SECCO, 2010, p.4).

Do mesmo modo, a organização dos elementos daquela cultura não poderão mais orbitar em valores alheios ou exclusivamente religiosos, mas terá que corresponder ela própria a uma reprodução simbólica daqueles de quem busca o consentimento, e, por isso, se constituirá a partir das diversas culturas populares das populações de quem busca o consenso (MONTERO, 1999). A atenção a esse ponto é fundamental na análise da “batalha de ideias”, pois para que a classe dirigente realize tal ação demandará, além da apropriação dos aparelhos privados de hegemonia, um ‘recrutamento’ e uma divisão social do trabalho das pessoas que o elaboram: os intelectuais.

É assim que Gramsci destaca a importância do surgimento de uma categoria de profissionais intelectuais, que passarão a realizar esse trabalho nos diversos aparelhos privados de hegemonia, demonstrando sua função nos mecanismos de reprodução cultural necessários às classes dirigentes.

Uma das determinantes mais marcantes características de todo grupo social que se desenvolve no sentido de domínio é sua luta pela assimilação e conquista “ideológica” que são tão mais rápidas e eficazes quanto mais o grupo em questão elaborar simultaneamente seus próprios intelectuais orgânicos [...] No mundo moderno, a categoria de intelectuais se ampliou de modo inaudito dando lugar a uma certa divisão do trabalho e, portanto, a toda uma gradação de qualificações [...]. Foram elaboradas, pelo sistema social democrático-burguês, imponentes massas de intelectuais, nem todas justificadas pelas necessidades sociais de produção, ainda que justificadas pelas necessidades políticas do grupo fundamental dominante (GRAMSCI, 1985, p.10-11)

O intelectual será assim responsável pelas funções não militares, ligadas mais precisamente à organização das ideias e da cultura (jurídica, política, espiritual), cumprindo um papel importante na difusão de visões de mundo que articulam os interesses dos dirigentes a uma demanda limitada das classes subalternas. Estas devem aderir ao sistema social do capitalismo na condição de dirigidos, mantendo assim as relações sociais que garantem a apropriação da riqueza pela classe dirigente. Os intelectuais serão tão mais imbricados na luta política pelo consenso, quanto mais complexa for a contradição do sistema e sua necessidade cíclica de autolegitimação e transformação (idem).

A relação entre os intelectuais e o mundo da produção não é imediata, como é o caso dos grupos sociais fundamentais, mas é ‘mediatizada’, em diversos graus, por todo o contexto social, pelo conjunto das superestruturas, do qual os intelectuais são precisamente seus ‘funcionários’ (idem, p.10).

Essa ampliação do trabalho intelectual é funcional e necessária à organização da cultura hegemônica, pois possibilita que se generalize a lógica do capitalismo que, desde então, pode “articular o centro do aparelho estatal de poder com o restante do corpo social” (BEIRD, 1998, p.127). Essa mediação dos intelectuais na tensão política entre as classes será determinada pelo seu papel orgânico na estrutura social, podendo este ter uma ação conservadora ou transformadora. O exame sobre suas práticas, portanto, não deve ser buscado simplesmente nas ideias em si, mas no “conjunto do sistema de relações no qual estas atividades (e, portanto, os grupos que a personificam) se encontram, no conjunto geral das relações sociais” (GRAMSCI, 1985, p.10).

Cada grupo social, nascendo no terreno originário de uma função essencial no mundo da produção econômica cria para si, ao mesmo tempo e de um modo orgânico, uma ou mais camadas de intelectuais que lhe dão homogeneidade e consciência da própria função, não apenas no campo econômico, mas também no social e no político (GRAMSCI, 1985, p.3).

Neste sentido, a função dos intelectuais no capitalismo é projetar, através das instâncias de mediação da sociedade civil, uma organização cultural capaz de reproduzir (ou contestar) as condições sociais que permitem à classe dirigente se perpetuar. Assim, constitui-se, pela ação

dos intelectuais e pelo consenso daí resultante, a consolidação da visão de mundo burguesa, que busca estabelecer como universal seus interesses particulares de classe.

Os intelectuais são os “comissários” do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social [...] isto é: 1) do consenso ‘espontâneo’ dado pelas grandes massas da população à orientação impressa pelo grupo fundamental dominante à vida social (GRAMSCI, 1985, p. 11)

As condições desiguais de apropriação dos aparelhos privados possibilitam a organização da cultura hegemônica entre as diferentes classes. Com a constituição da Indústria Cultural - a forma especificamente capitalista de produção cultural desenvolvida no período do capitalismo monopolista (BOLAÑO, 2000), a questão se complexifica, e com a atual reestruturação produtiva (que vem provocando a intelectualização geral da sociedade e a culturalização da economia (BOLAÑO, 2002; BRAGA, 2015)), novas condições se estabelecem exigindo uma problematização da questão da hegemonia.

1.2 Indústria Cultural e Capitalismo Monopolista

A virada para o século XX é marcada por uma mudança estrutural do capitalismo que entra na sua fase dita monopolista, o que repercute nas formas de organização dos mercados e do próprio Estado. Expandem-se as relações mercantis, avançam processos de transição ao capitalismo em países periféricos e ocorre, como destacado por Gramsci (1985), uma intensificação e socialização da política (GRAMSCI, 1985). O movimento de base ocorreu primeiro na esfera econômica e foi aprofundado nos anos de 1930 com as mudanças na esfera institucional, marcada pelo esgotamento do Estado Liberal tipicamente burguês e coercitivo, e pelo surgimento do Estado Liberal-democrático (e em alguns casos, do Estado de Bem-Estar social), para o qual os processos de hegemonia passam a ser fundamentais (COUTINHO, 1992).

A expansão do capitalismo em nível mundial demandou ainda uma estrutura comunicacional e informativa em escala planetária, resultante da necessidade de comunicação das empresas que passaram a se articular de maneira interconectada, demandando, para tal, uma rede de comunicação global cuja estrutura facilitou e possibilitou a constituição da Indústria Cultural. Isto significa a implantação de formas mais complexas de difusão e organização cultural já que “o mecanismo articulador representado por uma imprensa dirigida a um público limitado, deve ser substituído por meios de comunicação mais poderosos, dirigidos tendencialmente ao conjunto da população de um país” (BOLAÑO, 2004, p. 85).

1.2.1 As funções da Indústria Cultural

Assim, o capital avança, por um lado, para algumas áreas que ainda não haviam sido exaustivamente exploradas pela economia, como o setor cultural, impondo a expansão da lógica da mercadoria para os processos organizativos da cultura e para a produção de bens simbólicos (idem), de modo que, por outro, os mecanismos de reprodução social, intrínsecos àquela “batalha de ideias” em termos gramscianos, passam a ser implementados pelas empresas privadas de informação, comunicação e cultura. BOLAÑO (2000) trata desses dois aspectos do problema, definindo dois conjuntos de funções que a Indústria Cultural devem cumprir no capitalismo monopolista.

Função Propaganda

A função propaganda se relaciona com as relações de poder e de hegemonia, e assim, a mídia, juntamente com outras instâncias de legitimação da classe dirigente, impulsiona uma organização cultural solidária aos seus interesses (p. 125).

Para explicar como a Indústria Cultural assume tão objetivamente a função propaganda no capitalismo monopolista, é preciso levar em conta ainda as transformações da própria sociedade que provocam uma “radical desestabilização das estruturas tradicionais de socialização e controle” (CESAREO, 1979, p. 39). Deste modo, os aparelhos privados de hegemonia que eram historicamente utilizados para difundir visões de mundo (igrejas, escola, sindicatos) sofrem uma desestabilização e, “são menos capazes de produzir e transmitir” (idem) modelos de conduta necessários à reprodução das condições do processo de dominação.

Estas outras mediações, contudo, não deixam de existir e continuam a cumprir as funções de consenso que lhe são próprias. No entanto, o contexto provoca uma combinação destes mecanismos com o aparato da Indústria Cultural, que, pelo seu caráter global, consolida-se rapidamente como espaço central de reprodução ideológica do sistema, com o “objetivo de garantir uma disciplina que já não pode ser adequadamente garantida” (BOLAÑO, 2000, p. 126) somente pelos aparelhos privados anteriores. A função propaganda é assumida assim pela Indústria Cultural, que cumpre a exigência sistêmica de

Produzir uma imagem social (fragmentada e equilibrada) capaz de obscurecer as origens dos conflitos sociais e... de produzir modelos de conduta prática, dirigidos a absorver os golpes das contradições e dos conflitos que inevitavelmente surgem da estrutura classista da sociedade capitalista, a fim de reproduzir e reforçar assim a textura existente das relações sociais (CESAREO, 1979, p. 39)

Em outros termos, o setor se empenhará em difundir visões de mundo para que se implemente a organização de uma cultura capaz de realizar o consenso e conseguir a adesão espontânea da classe trabalhadora às condições de reprodução social, de modo que se elabore uma determinada “formação humana para o capital” que seja capaz de integrar, de modo cada vez menos problemático, a classe dirigida ao processo produtivo do trabalho (FONTES, 2009, p.20). Assim,

a grande mídia conserva a função social de consolidar a coesão do conjunto da classe dominante, assim como assegurar a adesão dos subalternos [...] e organizar e convencer amplos setores populares, forjando uma sociabilidade peculiar. Tal sociabilidade se apresenta como organizativa, ativa (participante) e democrática (de cunho eleitoral). No entanto, reduz a participação popular aos âmbitos estreitos, assim como bloqueia o horizonte democrático, blindando a política de forma a que não envolva transformações substantivas na vida social (FONTES, 2009, p. 21-22)

Para melhor determinar quais são as visões de mundo disseminadas pela mídia na busca deste consenso, e assim compreender de maneira mais concreta como se realiza a função propaganda dos aparatos midiáticos, o trabalho de BRAGA (2009) é elucidativo. Isto porque especifica a recorrência de discursos disseminados por estas instituições explicitando que estas se relacionam, principalmente, com a busca do “consentimento operário às novas estratégias do capital, oferecendo as condições políticas e ideológicas para o desenvolvimento da parceria entre capital e trabalho no campo da produção” (idem, p. 91). Neste sentido,

são a resultante de disputas pelos sentidos hegemônicos de mecanismos simbólicos de mobilidade social; mecanismos simbólicos de inserção social; mecanismos simbólicos de controle da ascensão social; mecanismos simbólicos de controle da acumulação material; processos de capacitação; produção e circulação de discursos sobre trabalho; modelos de educação para o trabalho; discursos midiáticos sobre educação e trabalho; discursos midiáticos sobre a sociedade tecnicista; discursos midiáticos sobre o papel dos trabalhadores no mundo contemporâneo; discursos midiáticos sobre técnica, educação e produtividade (BRAGA, 2009, p. 91)

Por outro lado, a própria “imprensa convencional parece não ser suficiente para assegurar o convencimento popular, seja do ponto de vista organizativo, seja do ponto de vista ideológico” (BRAGA, 2009, p. 30) e, deste modo, a classe dominante combina outros elementos (por exemplo, os coercitivos) e outras instituições sociais para sua reprodução. Estes mecanismos atuam na perspectiva de uma “pedagogia da hegemonia” (FONTES, 2009), que objetiva educar a sociabilidade do conjunto da população, integrando-a desde um padrão de subordinação (idem) e garantindo um

processo comunicativo adequado ao processo de trabalho como processo de valorização do capital [...] É aí que a informação se torna mercadoria, sem, contudo, abandonar as suas determinações anteriores, mas adquirindo, isto sim, a sua forma capitalista mais adequada para o cumprimento daquelas funções (ideologia e poder) determinadas em níveis mais abstratos de análise (BOLAÑO, 2002, p. 8).

É ocioso insistir que a realização da função propaganda é limitada pelas próprias contradições do modo de produção capitalista, que se traduzem em formas de enfrentamento por parte dos oprimidos.

Função publicidade

A publicidade tem seu surgimento com a transição para o capitalismo monopolista, quando a configuração econômica altera as formas de concorrência pelo preço sobrepondo a esta um outro tipo de concorrência, ancorado em estratégias de diferenciação e diversificação de produtos. Na mesma época, se observa a constituição de uma massa de trabalhadores concentrados nas cidades que passam a compor um mercado consumidor com distintas escalas de remuneração (BOLAÑO, 2000).

Este contexto possibilita a expansão da função publicidade, que terá espaço privilegiado como forma de financiamento das Indústrias Culturais. Assim, esta função se estabelece como “elo entre as necessidades de diferenciação e diversificação do capital monopolista e a existência dessa grande “nova classe média”, cujos atos de consumo passam a fazer parte do planejamento da grande empresa capitalista” (BOLAÑO, 2000, p.157). Não se trata apenas de promover a dinamização de um mercado consumidor de bens não-essenciais, mas fundamentalmente abreviar o tempo necessário da circulação à realização dessas mercadorias, de modo a aumentar a mais-valia (ARRUDA, 1985).

A publicidade, juntamente com a extensão dos instrumentos creditícios aos consumidores, contribui para abreviar o tempo de circulação das mercadorias, acelerar a rotação do capital e reforçar as necessidades de consumo. Dessa forma, ela se converte em porta-voz da produção e o crédito torna viável a passagem da ‘necessidade’ à ‘satisfação’ (ARRUDA, 1985, p.47)

A função publicidade é responsável ainda por difundir um tipo de consentimento em torno dos modos de vida das populações que sejam, eles próprios, capazes de garantir a reprodução econômica das empresas do capitalismo a partir da “criação de estilos de vida adequados às necessidades do capital”. Isto visa determinar o modo de vida do público a partir do consumo, para que este possa “criar e canalizar o mercado” (BOLAÑO, 2000, p. 130-131).

Funções publicidade e propaganda em seu conjunto

A Indústria Cultural representa, assim, um sofisticado mecanismo criado pelo capital, em sua fase monopolista, capaz de fundir, no conjunto dos processos de organização da cultura, tanto mecanismos “clássicos” ligados à necessidade de difusão ideológica e construção da hegemonia do sistema, quanto outros ligados à produção da demanda necessária à realização e circulação das mercadorias. Assim, expandindo a lógica do capital além dos limites da produção econômica *stricto senso*, possibilita

a constituição não simplesmente de um sistema econômico, mas de toda uma cultura (no sentido antropológico do termo) universal, caracterizada pela solidariedade entre os modos de vida e os comportamentos individuais de populações inteiras e as imposições do movimento histórico concreto da acumulação do capital (BOLAÑO, 2000, p. 228).

Nesse contexto, em que cultura, mediação e economia se integram, “sugere-se que o sistema é caracterizado, cada vez mais, por uma dupla contradição: capital-trabalho/economia-cultura” (BOLAÑO, 2007, p.2) , já que a cultura passa a ser pautada pelas relações de produção e as relações de produção se pautam pela cultura. Assim, as indústrias culturais “ao mesmo tempo em que formam parte da super-estrutura, estão vinculados indispensavelmente à última etapa da produção da infra-estrutura, onde se produz a demanda e a satisfação pela compra de bens de consumo” (BOLAÑO, 2008, p. 102).

Na Indústria Cultural, a forma concreta de elaboração desses mecanismos se dá a partir da contratação do trabalho intelectual/cultural, força produtiva capaz de organizar a cultura promovendo a dinâmica necessária para que aquelas funções sejam realizadas. Uma vez contratado pelas empresas de comunicação e cultura, o conjunto desse trabalho passa a constituir as diversas mercadorias/serviços culturais, fonte de reposição das condições de consenso e de circulação necessárias à perpetuação do capitalismo (BOLAÑO, 2012).

A amplitude dessa discussão impõe uma delimitação da análise, de modo que seja possível refletir com mais detalhes sobre o caso concreto aqui estudado, o mercado televisivo. Assim, nas sessões que seguem será apresentada a dinâmica entre trabalho, cultura e economia, especificamente na economia da televisão (BOLAÑO, 2000; 2004).

1.2.2 Trabalho cultural, audiência e mediação

Para a análise aqui proposta, importa explorar uma das determinantes da dinâmica do mercado televisivo que viabiliza a sua constituição, a saber: a contratação do trabalho cultural,

sem o que não seria possível submeter a produção da cultura à dinâmica capitalista. A especificidade do trabalho cultural, segundo BOLAÑO (2000), é que ele produz, sob as condições do capitalismo monopolista, duas mercadorias: a programação ou o programa, e a mercadoria audiência. Esta última é produzida graças à capacidade que tem o trabalhador de estabelecer com o público uma relação subjetiva ligada ao consumo dos produtos culturais, o que impõe um elemento de ordem extra-econômica, o seu papel de mediação, na reflexão sobre a dinâmica do trabalho cultural nas indústrias culturais.

O autor incorpora, na caracterização da função propaganda, a noção de Gramsci de mediação como inerente ao trabalho intelectual, e a coloca em oposição dialética (unidade e contradição) à função publicidade, que é uma das características normalmente consideradas pela Economia Política da Comunicação (EPC), quando fala das especificidades da produção cultural no capitalismo monopolista. A segunda característica, a saber, é a valorização do capital nas próprias indústrias culturais e da comunicação. Na perspectiva de BOLAÑO (2000), esta segunda característica se explica também pelo caráter mediador do trabalho cultural, de modo que a indústria da televisão, por exemplo, pode implantar uma dinâmica baseada na comercialização da capacidade de diálogo entre veículo e público, passando a comercializar no mercado intracapitalista, a mercadoria audiência.

Essa camada de consumidores da produção televisiva que se dispõe a dar atenção àquela programação é fundamental do ponto de vista concorrencial, pois possibilita que a empresa de televisão se reproduza economicamente, através da inversão do capital dos anunciantes de bens de consumo e do próprio Estado, que precisam comunicar-se com o público. Portanto, é a atenção do público à programação televisiva que se torna o elemento fundamental negociado pela empresa de TV.

De fato, é preciso deixar claro que a mercadoria audiência é muito especial em relação as outras mercadorias. [...] Em um certo sentido, ela deve ser comparada antes com a força de trabalho: uma força, um poder, uma energia que existe nos sujeitos (na relação entre sujeito e produtor cultural) e que pode ser apropriada pelo capital sob determinadas condições sociais e técnicas (BOLAÑO, 2000, p.230).

Esse elemento subjetivo, que possibilita a relação entre a audiência e a programação, é constituído pela especificidade que o trabalho cultural tem de gerar empatia com o público, cujas necessidades de ordem simbólica constituem a terceira função que a indústria cultural deve cumprir, segundo BOLAÑO (2000, 2012).

Assim, a dinâmica da produção da mercadoria audiência não se explica somente na perspectiva do processo produtivo, uma vez que dentre as condições que possibilitam a aderência à programação estão àquelas “advindas das necessidades simbólicas dos próprios sujeitos” (BOLAÑO, 2000, p.240). A adesão do público aos serviços culturais da programação só pode se efetivar se for capaz de responder às demandas de ordem simbólica existente nos grupos aos quais se dirigem atendendo às suas necessidades internas de reprodução do mundo da vida.

Dito de outro modo, é preciso que o conjunto da produção cultural produzida pelo sistema industrial midiático tenha articulação com o mundo da vida das pessoas para que as tendências do espectro da produção se efetivem. “O interessante a notar aqui é que a Indústria Cultural acaba cumprindo, em essência, aquele papel que era do intelectual gramsciano[...] numa situação em que a produção cultural adota, ela também, a forma mercadoria” (BOLAÑO, 2012, p.4).

Para que isto ocorra, a produção da Indústria Cultural terá que se pautar, ela própria, nos modos de vida das populações a quem se dirige, apropriando suas expressões culturais, seus trabalhadores e suas formas de vida que, a partir de então, passam a compor a organização cultural daí resultante: a chamada cultura de massa (BOLAÑO, 2012, p. 62).

a cultura de massa é uma forma abstrata, que encobre a existência das culturas de classe, mas trata-se de uma “abstração real”, para usar a expressão marxiana, que opera através da Indústria Cultural, transformando tanto a cultura erudita, como as culturas populares anteriores em culturas de resistência, obrigadas a dialogar inevitavelmente com ela, que se transforma, ao longo do século XX, na forma geral de organização da cultura sob o capitalismo, repercutindo de modo crucial sobre os mecanismos de construção da hegemonia (BOLAÑO, 2012, p.62).

Breve nota sobre a mediação no campo teórico cultural

É relevante explicar que a organização cultural do capitalismo monopolista impõe uma modificação nos meios de distinção simbólica da sociedade, que em sua fase pré-capitalista se distinguia pela separação entre a cultura erudita e a cultura popular, inaugurando uma organização cultural que promove a distinção não por exclusão (somente) dos elementos simbólicos das populações, mas também por apropriação (idem).

Isto, por sua vez, impõe uma modificação na abordagem dos estudos sobre cultura que centralizam a reflexão naquela tensão, marca da formação cultural anterior (ROCHA, 2011). Essa distinção, garantidora das condições de reprodução das classes dirigentes pré-capitalistas, é combinada e absorvida na organização cultural do capitalismo monopolista tornando-se apenas

mais uma das formas de garantir a distinção fundamental entre as classes no capitalismo contemporâneo (idem).

Apesar disso, a chave de compreensão da Indústria Cultural através do binômio erudito/popular ainda persiste na interpretação do fenômeno cultural do capitalismo monopolista “deixando de lado o fato de que a indústria cultural começava a remodelar profundamente o contexto no qual ambos os tipos de produção cultural passaram a existir” (ROCHA, 2011, p.455). Isto tem implicações para a análise dos processos atuais de luta política, pois, ao centrar a discussão nas fronteiras que separavam essas culturas, os estudos que persistem nesse binômio acabam por concluir que a cultura monopolista apresenta uma espécie de “multiculturalismo democrático”³. A conclusão encobre a dinâmica da hegemonia, uma vez que a integração da cultura popular à organização da cultura hegemônica se dá de maneira subordinada, e portanto não democrática (idem).

Sobre isto, o trabalho de Martim-Barbero (1995) é elucidativo, pois demonstra a partir de um longo percurso histórico, que a base da cultura de massa e “sua força ideológica consiste justamente na oferta de narrativas em que as classes populares possam se reconhecer e se sentir incluídas” (ROCHA, 2011, p. 466). No entanto, ao mesmo tempo, o autor “persevera na velha oposição entre cultura popular e cultura de massa, definindo nesse nível a sua ideia de mediação” (BOLAÑO, 2012, p.62) e, portanto, centrando a reflexão naquela dicotomia.

Ora, a conclusão a que se pode chegar é que a mediação fundamental na organização da cultura no capitalismo monopolista não está entre o erudito e o popular, visto que tanto um quanto outro se configuram como resistentes em relação à Indústria Cultural (BOLAÑO, 2012) mas entre as formas de vida da população e sua integração a uma forma cultural que é fonte do consenso e da adesão das classes populares ao projeto político da classe dirigente.

Embora o programa de investigação inaugurado por Martim-Barbero tenha sido fundamental para a crítica do pensamento comunicacional, por romper com o determinismo das teorias do imperialismo cultural, sofreu uma inflexão ao longo dos anos 90, quando se observou uma crescente ênfase da abordagem da mediação nas múltiplas identidades dos indivíduos (BOLAÑO, 2012), capazes de negociar os sentidos propostos pelos pólos hegemônicos de maneira autônoma, e de inserir suas perspectivas na produção cultural hegemônica (MARTIM-BARBERO, 1995; CANCLINI, 2006).

³ CANCLINI, Nestor Garcia. Consumidores e Cidadãos. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

O problema desses autores na perspectiva desse trabalho é que, assim, se deslocam dos intelectuais para os indivíduos dispersos a função de mediação eliminando assim o elo fundamental do processo segundo o próprio Gramsci, cujo trabalho é citado por aqueles pesquisadores. A solução de BOLAÑO (2000), ao contrário problematiza o conceito gramsciano de intelectual orgânico, enfatizando a questão da subsunção do trabalho intelectual, como veremos em seguida. Afinal, “todos os homens são intelectuais, mas nem todos os homens desempenham na sociedade a função de intelectuais” (GRAMSCI, 1985, p. 8)

Nessa questão, o legado de Gramsci, sobretudo mais recentemente é pivô de uma batalha. O interesse muito vivo dos *Cultural Studies* por Gramsci, que as vezes parece paradoxalmente chegar ao excesso, favoreceu não apenas um positivo enriquecimento e inovação do seu quadro interpretativo, mas também uma tendência a forçar e mudar o pensamento de Gramsci numa direção culturalista, absolutamente alheia ao horizonte desse autor. A controvérsia é política. (BARATA, 2011, p. 89)

Em contraponto à abordagem culturalista, a perspectiva marxista da chamada Economia Política da Comunicação e da Cultura, na vertente aqui adotada, mostra que no caso do capitalismo monopolista, são os diversos trabalhadores culturais que cumprem a função do intelectual orgânico, estabelecendo a mediação entre as culturas populares e a organização cultural impulsionada pela classe dirigente, favorecendo o diálogo e a identificação das populações com o aparato sistêmico do capitalismo.

Assim,

A subsunção do trabalho cultural é que garante o diálogo permanente da Indústria Cultural com as culturas populares, dinamizando-se o conjunto e garantindo, com isso, a reprodução da hegemonia. É através do trabalho, portanto, que o popular determina o massivo e é através do trabalho que o capital cultural exerce sua hegemonia sobre o popular (BOLAÑO, 2012, p.63).

Isto torna explícito que a mediação que possibilita este nexo é realizada pelo trabalhador cultural, submetido à lógica de produção cultural hegemônica. Assim, a partir da subsunção do trabalho destes agentes, a organização cultural é não apenas mercantilizada, mas a própria Indústria Cultural se configura como

instância de mediação característica do capitalismo monopolista, a forma especificamente capitalista de produção e difusão dos bens culturais, que se estrutura a partir da apropriação pelo capital cultural (no sentido de Marx, não de Bourdieu), da cultura popular, através do trabalho cultural que ela emprega (BOLAÑO, 2012, p.62)

Assim, a função intelectual dos trabalhadores culturais se torna fundamental para a manutenção das distinções de classe, não só do ponto de vista da reprodução do consenso, mas

também da acumulação do capital, e “a hegemonia passa a ser construída pela mediação de uma massa de trabalhadores intelectuais a serviço do grande capital cultural” (idem. p.169).

Ao eliminar a centralidade deste elemento na reflexão organizativa da cultura, o trabalho de Martim-Barbero acaba por promover

uma inversão de lógica, em que a identidade operária cede importância em relação às múltiplas identidades em que a unidade de classe se fragmenta, abrindo espaço, assim, para a deriva pós-modernista [...] o elemento subjetivo, que realiza o processo de mediação, fica em geral curiosamente encoberto, pressuposto apenas na defesa do “popular”. O trabalho cultural como elemento de mediação em geral não é tematizado (BOLAÑO, 2012, p. 61).

Essa perspectiva será ainda acompanhada de uma expansão de abordagens ancoradas na interpretação culturalista do processo cultural hegemônico, que se valem também de categorias de análise gramscianas reinterpretadas.

Esse me parece ser o caso – para citar um dos ícones da área, e sem negar a importância de sua obra – de Nestor Garcia Canclini, sobretudo em produções mais recentes como *Consumidores e Cidadãos* (1995). Em suas reflexões sobre as relações entre comunicação e cultura, comparece a categoria gramsciana de sociedade civil, compreendida como um lugar de embate cultural – um espaço de construção de identidades e subjetividades. No entanto, à medida em que o autor desconsidera as relações materiais de produção e, portanto, não reconhece a identidade de classe (a ideologia orgânica dos grupos que exercem uma função básica num modo de produção), a sociedade civil, consequentemente, já não lhe aparece como uma das instâncias da luta de classes (COUTINHO, 2006-A, p.43).

Ora, a explicação gramsciana já formulada sobre o tema elucida com clareza o jogo de relações, que se baseia em um processo de hegemonia e, portanto, demanda consenso e adesão para se efetivar. Explica assim a incorporação das culturas populares ao processo organizativo da cultura que, em essência, visa a manutenção das condições gerais de reprodução da classe hegemônica “que demanda estabelecer relações mais íntimas entre os grupos dirigentes e a massa popular-nacional” (BARATA, 2011, p. 87).

Retomando a reflexão sobre as determinações da audiência, o que se observa é que a produção dos bens culturais deve estar pautada pela cultura daqueles a quem se dirige, logrando responder às suas demandas de ordem simbólica, ao passo em que possibilita a expansão da forma mercadoria. Sua origem é a cultura popular tradicional, mas também “a cultura popular operária que Hobsbawn (1987) estuda, tratando das origens do futebol ou da gastronomia popular inglesa do *fish and chips* da porta da fábrica” (BOLAÑO, 2012, p.61).

Com isto, estabelece-se através da subsunção do trabalho cultural no capital, a subsunção da cultura na economia, avançando a tendência do capitalismo de se expandir para todos os setores da vida. Isto representa “uma mutação radical do sistema de dominação no capitalismo [...] na medida em que a Indústria Cultural subsume a cultura popular e estabelece com ela uma relação de mão dupla” (BOLAÑO, 2012, p. 169).

1.2.3 Aleatoriedade, diferenciação e dinâmicas de trabalho

A subsunção do trabalho cultural no nível mais específico dos processos de trabalho obedece a determinações microeconômicas, cujo estudo deve esclarecer como os limites à subsunção real desse tipo de trabalho são contornados pelo conjunto das empresas culturais a partir da implantação de modelos de produção e rotinas de trabalho específicas.

Afinal,

Esse amplo trabalho de mediação é realizado, não de acordo com uma dinâmica do tipo estruturalista, segundo a lógica da metáfora da base e da super-estrutura, mas através de um campo particular de práticas, a Indústria Cultural, composta, na verdade, de um conjunto de indústrias e de empresas que contratam o trabalho cultural, único capaz, em princípio de produzir o efeito de empatia que transforma multidões em audiência. São as empresas capitalistas em concorrência, estruturadas em mercados, as que garantem o cumprimento da função de mediação vendendo em boa parte das vezes suas mercadorias audiência ao capital (BOLAÑO, 2008, p. 104).

Para que a dinâmica do mercado cultural possa seguir se reproduzindo em meio a essas determinações de ordem subjetiva e simbólica, é necessário que se constituam processos de trabalho específicos que visem uma apropriação máxima das capacidades do trabalhador cultural e de seus referenciais simbólicos, a partir da implementação de dinâmicas de trabalho que visem diminuir a aleatoriedade da realização dos produtos, bem como promover a diferenciação/ inovação das mercadorias e serviços culturais (BOLAÑO, 2000, p. 168).

Isto porque, pelo caráter propriamente cultural destes bens, eles são incorporados à lógica mercantil de maneira limitada e sua realização é sempre aleatória e incerta, demandando para tanto uma estratégia *ad continuum* de inovação e diferenciação/distinção.

Pelos limites à subsunção real desse tipo de trabalho, as formas de racionalização do processo de trabalho cultural e os mecanismos de controle que possibilitam sua apropriação são diferentes daqueles verificados nas indústrias convencionais, em que a passagem da subsunção formal à real impõe aos trabalhadores a perda de “sua autonomia e o controle que tinha sobre o

processo e produção, cuja estrutura e ritmo passam a ser ditados pela máquina” (BOLAÑO, 2002, p. 2).

No caso de setores, como o das indústrias culturais, que podem ser incluídas na chamada “Economia do Conhecimento”, não se trata da substituição do trabalhador pela máquina, mas impõe-se mecanismos de gestão do conhecimento que, no caso da televisão, submetem o trabalho cultural a uma racionalização que tem como fim diminuir a aleatoriedade da valorização do produto cultural, reduzindo o grau de incerteza e garantindo retorno do capital investido. A importância dessa dinâmica para o setor está na possibilidade de contornar os limites à subsunção real do trabalho cultural e ampliar sua apropriação pela empresa capitalista.

Sendo a informação e o conhecimento elementos críticos desse tipo de economia, os processos de aprendizagem e os mecanismos de apropriação do conhecimento, que deve ser convertido e internalizado para tornar-se propriedade da empresa acelerando e garantindo os níveis de produtividade (LUNDVAL, 2000; LUNDVAL e BJORN, 2005), tornam-se cruciais na dinâmica concorrencial.

Uma economia do aprendizado é uma economia na qual a capacidade de aprender é crucial para o sucesso econômico de indivíduos, firmas, regiões e economias nacionais. Aprendizado refere-se ao desenvolvimento de novas competências e ao estabelecimento de novas capacitações [...] O que importa realmente para o desempenho econômico é a habilidade de aprender (e esquecer). A principal razão pela qual o aprendizado tornou-se mais importante é a dialética entre aprendizado e conhecimento [...] aqueles envolvidos com o aprendizado impõem mudanças no ambiente e em outras pessoas. (LUNDVALL e BJORN, 2005, p.3).

A capacidade de desenvolver aprendizado ou de internalizar um aprendizado dado exogenamente para desenvolver novas competências frente à dinâmica concorrencial são elementos determinantes no processo diferenciação, por exemplo da programação televisiva, e se efetivam pela contratação do trabalho cultural.

Analizando o trabalho de NONAKA e TAKEUCHI, H.⁴, BOLAÑO e NOVAIS (2004) destacam que esse processo de apropriação do conhecimento se dá em dois níveis. Um, é relativo ao componente *tácito*, que corresponde à apropriação de uma informação individual e invisível do trabalhador que ainda não foi convertida nem racionalizada em um objeto/serviço/dinâmica, mas que deve ser codificada a partir de um processo de aprendizagem e trabalho que permita a constituição de inovações para a empresa. Este tipo de dinâmica demanda liberdade de ação,

⁴NONAKA e TAKEUCHI, H. **Criação de Conhecimento na Empresa. Como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Ed. Campus, Rio de Janeiro, 1997

plasticidade e fluidez na organização do trabalho e implica na codificação do conhecimento tácito do trabalhador e sua incorporação a um processo de racionalização e aprendizagem (BOLAÑO e MATOS, 2004). O outro é relativo à apropriação de um conhecimento já codificado, e portanto, já materializado e concretizado exogenamente ao setor e que é submetido à dinâmica de produção posteriormente a sua idealização.

Estamos precisamente nos aproximando do que caracteriza a dominação capitalista do trabalho intelectual, a qual não pode operar através de formas de coerção puramente físicas [...] [isto] não é outra coisa senão a forma de garantir a exploração capitalista do trabalho intelectual, pois a mais valia já não advém prioritariamente da extração das energias físicas, mas mentais do trabalhador [...] o que exige a atividade intelectual constante dos trabalhadores e a recorrente conversão do conhecimento tácito em codificado (BOLAÑO e MATOS, 2004, p. 11-12).

Assim, a subsunção apresentará limites impostos pela natureza do trabalho intelectual e será basicamente formal, uma vez que o “saber tem uma dimensão tácita incontornável, que dificulta a realização de diversas operações, desde a troca, difusão e aprendizado dos conhecimentos” (BOLAÑO, 2002, p. 13). De todo modo, o movimento que caracterizará a dinâmica da subsunção na economia do conhecimento será o de “transformar o conhecimento tácito em conhecimento codificado, convertendo-o em mensagem que possa ser manipulada como informação”, e eventualmente transformada em mercadoria (idem).

No caso da televisão, que interessa aqui mais de perto, é possível distinguir, ainda que de maneira esquemática, as operações de gestão/apropriação do conhecimento do trabalhador cultural no interior do processo produtivo, seja a partir da apropriação do conhecimento já codificado, seja a partir de um processo de aprendizagem que permite a codificação do conhecimento tácito a serviço da empresa.

A primeira forma caracteriza-se pela contratação de trabalhadores culturais que já desenvolveram uma carreira artística fora da TV (teatro, cinema, internet, rádio, etc) e que serão contratados para replicar, na emissora, aquelas produtos/serviços culturais realizados exogenamente. Isto pode ser feito por meio da contratação direta do trabalhador cultural que o constituiu e/ou via compra de direitos autorais de formatos televisivos (como é o caso da compra de direitos de programas como *Big Brother Brasil*, *The Voice Brasil*, dentre outros).

O outro caso é o da contratação do trabalho para promoção da experimentação no interior das emissoras. Assim, o trabalho contratado fará parte de uma dinâmica de aprendizagem interna

à empresa que deve testar e criar novos formatos para produzir experimentação/ inovação para a renovação/diferenciação da programação.

Em ambos os casos, o conhecimento do trabalhador será apropriado de acordo com os objetivos estratégicos da emissora, acomodando suas habilidades aos padrões de produção da firma, e sujeitando-o às determinações de ordem econômica.

Isso se reflete em diferentes capacidades de internalização do conhecimento técnico dado exogenamente [...] seja pela maior capacidade de adotar de forma pioneira (de acordo com a opção estratégica) os novos avanços, seja ainda pela capacidade de contratar pessoal especializado de alta competência, seja ainda pela possibilidade de dirigir recursos à experimentação (BOLAÑO, 2004, p.79-80)

A separação entre estes dois tipos de estratégias é um recurso analítico e tem o objetivo de identificar as especificidades de duas formas de apropriação, que afinal estão articuladas no interior da empresa. O trabalhador cultural individual pode ser contratado para desenvolver a ambas.

A maior parte das empresas combina os dois métodos de desenvolvimento dos recursos humanos, entretanto, a ênfase difere, o que constitui aspecto crucial na estratégia da empresa [...] A empresa pode ampliar sua competência mediante contratação de empregados mais habilitados ou pode ela desenvolver as habilidades dos seus empregados. (LUNDVAL, 2000, p.205)

No aspecto concorrencial, uma observação aleatória da dinâmica televisiva permite identificar que a aquisição de um serviço cultural já codificado (e, portanto, passível de reprodução independente do trabalhador cultural) favorece: i) a diferenciação da programação, ii) atenua o processo de aleatoriedade inerente aos produtos culturais, e iii) desonera a TV de parte de investimentos na criação de novos produtos, uma vez que permite a apropriação de uma diferenciação já gestada exogenamente.

Já no outro caso, trata-se da contratação de trabalhadores para o desenvolvimento de experimentações que viabilizem a codificação do conhecimento tácito a favor da empresa e favorece, principalmente, a construção de dinâmicas de trabalho que possam gerar inovações e experimentos capazes de criar e constituir novos produtos/serviços culturais, permitindo a diferenciação da programação, o que tem impactos ainda na dinâmica de distinção do público que, cada vez mais, tende à segmentação.

O elemento chave da dinâmica econômica da chamada “nova economia” não é simplesmente a informação, ou o conhecimento codificado, passível de ser transmitido, sobre um suporte físico qualquer, independentemente da figura do trabalhador que o produziu, mas aquele conhecimento tácito, que

não se separa do sujeito e que depende de um complexo processo de aprendizagem [...] as condições determinantes da hegemonia econômica e das relações de dependência, estará essencialmente ligada à apropriabilidade ou seja, à capacidade de internalização do conhecimento (BOLAÑO e SICSÚ, 2006, p.1)

Ao longo do tempo, o processo de experimentação possibilita a conversão do conhecimento tácito em codificado a partir da implantação de rotinas de produção cultural específicas, que favorecem uma aquisição definitiva, por parte da empresa, daquele conhecimento codificado, podendo ser reproduzido independente de trabalhadores culturais específicos. Assim, a emissora televisiva pode implementar diferenciações/ inovações na programação como é o caso, em perspectiva ampla, do padrão tecnoestético (que discutiremos mais adiante), ou ainda, em perspectiva específica, na constituição de programas inovadores como a TV Pirata ou Armação Ilimitada (BRITTOS, 2001; ROCHA, 2011) da TV Globo nos anos 80. Ambos produzidos por um grupo de trabalhadores que viria constituir o Núcleo Guel Arraes, cujo *Esquenta*, objeto aqui estudado, é a primeira encomenda da direção da TV ao grupo.

A apropriação do conhecimento dado exógenamente permite a internalização de uma aprendizagem anteriormente dispersa entre o conjunto dos trabalhadores culturais, trazendo para a TV experiências com públicos já definidos e já projetadas em outros espaços de distribuição. “São justamente os precedentes de sucesso e a notoriedade desses artistas, jornalistas, certos enganadores, enfim, toda essa gama de ‘homens de comunicação’ que ajudam em grande medida reduzir os riscos de aleatoriedade” (BOLAÑO, 2000, p.188).

Além disso, é a partir de dinâmicas de aprendizagem que é implementado o processo de diversificação da programação, renovando o conjunto da produção cultural que, ciclicamente precisa ser reposta no mercado televisivo. Isto é

vital para que ela sustente ou amplie sua participação no que se refere à audiência e ao mercado anunciante. Cabe observar aqui que a adoção de uma determinada inovação por uma empresa de TV não se dá em geral com o objetivo de reduzir custos, como em outras indústrias. Dá-se fundamentalmente para servir a uma estratégia de diferenciação de produtos [...] de absorver o conhecimento novo e desenvolvê-lo (BOLAÑO, 2004, p.77).

O que pode ser observado é que a inserção de trabalhadores culturais em processos de aprendizagem favorece a absorção do conhecimento daqueles pela empresa cultural submetendo o trabalho cultural à dinâmica concorrencial da economia, o que explicita a subsunção do trabalho intelectual e cultural à dinâmica capitalista, ainda que pela sua própria natureza, de maneira sempre limitada (BOLAÑO, 2002).

É notável ainda que a gestão do conhecimento tácito e codificado do trabalhador cultural tem impactos na perspectiva da luta política, pois determina a produção simbólica a partir do controle da empresa cultural, que se apropria do trabalho cultural e submete organização cultural à capacidade financeira da firma garantindo, através do poder econômico, a continuidade e a reprodução do monopólio da produção da cultura a partir da subsunção do trabalho cultural/intelectual (idem).

Ao explicitar o processo de aprendizagem tem-se o intuito de esclarecer, em uma perspectiva microeconômica, a particularidade da submissão do trabalho cultural ao aparato da indústria, com a intenção de mostrar que é no momento de internalização da aprendizagem daqueles trabalhadores que se opera a subsunção do trabalho cultural/intelectual, o que permite a apropriação de seus diversos saberes e práticas culturais e provoca uma monetização de práticas simbólicas das comunidades, dos trabalhadores, ou, até mesmo, de ciclos culturais não industrializados.

Aqui, volta-se à problemática da apropriação dos modos de vida das populações pela mediação do trabalho cultural com a finalidade de pautar a organização de uma cultura vinculada à reprodução ideológica da classe dirigente, uma vez que para dinamizar a concorrência é preciso que a indústria subsuma o trabalho cultural, incorporando seu aprendizado e promovendo seu desenvolvimento no interior do processo produtivo.

Isto se generaliza ainda, a partir da concentração das empresas midiáticas que tendem ao aprofundamento da dupla expropriação do trabalhador cultural, “separado dos meios de produção cultural, propriedade do capital cultural que o emprega, e submetido, para poder comunicar-se com o público, à máquina de intermediação da Indústria Cultural” (BOLAÑO, 2008, p.105). Esta capacidade será tão mais ampliada quanto maior for a subsunção desse tipo de trabalho ao conjunto das indústrias, que permitirá incorporar em escala crescente, o conhecimento desenvolvido por esses atores à dinâmica produtiva do meio.

Despossuído dos meios de produção resta a esse trabalhador vender sua força de trabalho no mercado da cultura subordinando-se à dinâmica de organização da cultura hegemônica para garantir sua reprodução social. O fato impõe contornos ainda mais problemáticos, pois, diante das condições intermitentes de trabalho no setor, os trabalhadores culturais participam desse processo de maneira desigual (SEGNINI, 2007).

Intermitência e precarização

Segundo análise do campo Artes e Espetáculo⁵ - que congrega produtores de espetáculos, coreógrafos, bailarinos, atores, diretores de espetáculos, compositores, músicos e cantores, decoradores de interiores e cenógrafos e cantores populares - no Brasil, o trabalho cultural com registro em carteira considerado formal compreende apenas 11,5% do total de empregados nesse setor.

As diferentes denominações, nas estatísticas brasileiras, para o trabalho sem vínculo empregatício – sem carteira e conta própria – somam 84,8% do trabalho do grupo dos Espectáculos e das Artes, enquanto para as outras ocupações no país, representam 40% dos trabalhadores. Ocultam múltiplas formas de inserção no trabalho, entre as quais, destacam-se nas entrevistas, o crescente número de “editais”, “fazer um cachê” (SEGNINI, 2007, p.15)

Com diferentes níveis de precarização, as condições de contratação do trabalho na indústria cultural tornam-se cada vez mais flexibilizadas e, a partir disso, o trabalho que realizam é, cada vez mais, exposto a condições desiguais de negociação e acordos. A sociologia do trabalho já vem demonstrando como o processo neoliberal aprofundou a precarização das condições do trabalhador, sendo o processo de flexibilização de horas e contratos os mais destacados (ANTUNES, 2000). No entanto, o cenário é ainda mais problemático no campo do trabalho cultural, conforme apresentado pela tabela comparativa abaixo.

Tabela 1. Participação dos ocupados do grupo Profissionais dos Espectáculos e das Artes, de acordo com a CBO 2002, no total de ocupados no Brasil, por posição na ocupação – 2004

	Ocupados Brasil	%	Ocupados Espectáculos e das Artes	%
Formal	31.091.969	37,5	24.311	11,3
Sem carteira	15.177.598	18,3	57.044	26,6
Conta própria	18.015.385	21,8	124.843	58,2
Empregador	3.430.993	4,1	5.782	2,7
Não remunerado	5.407.550	6,5	2.573	1,2
Trabalhador doméstico	6.415.209	7,8	-	-
Auto consumo	3.278.207	4	-	-
Total	82.816.911	100	214.553	100

Fonte: SEGNINI, 2007, p. 15.

⁵ Sistematização segundo a Confederação Brasileira de Ocupações (SEGNINI, 2007)

A baixa inserção do trabalho cultural em regime formal explicita, por outro lado, que a maioria do trabalho contratado pelo setor se realiza a partir de relações de trabalho flexíveis. Reproduzem-se, portanto, características verificadas em estudos europeus dos anos 1980 e 1990 que mostram que, ao lado daqueles que possuem trabalho formal “permanece a produção artesanal e o pagamento mediante cachê, que fazem com que 90% dos profissionais do setor não tenham a capacidade de viver desse trabalho, marcado assim por uma exploração particularmente acentuada” (BOLAÑO, 2000, p. 170). Outro dado de destaque da tabela é o baixíssimo percentual do número de empregadores, que ao todo representam apenas 2,7% do conjunto dos trabalhadores, o que demonstra uma enorme concentração do processo produtivo.

Em outra pesquisa⁶, esta direcionada à formação e inserção de atores no campo profissional de Brasil e Portugal, os dados “apontam que para “sobreviver” no incerto mundo do trabalho artístico, é necessário o envolvimento e apropriação de múltiplas tarefas e funções profissionais, o deslocamento por diferentes grupos e ainda exercer outras atividades fora do campo artístico” (FARIA e DAYRELL, 2004, p.37).

A apresentação combinada destas determinações que envolvem a produção cultural intenciona ainda problematizar o entusiasmo de outras interpretações do mercado televisivo (vide capítulo 3) que, por não examinarem a contradição capital/trabalho, acabam por exaltar produtos culturais inovadores, que se diferenciam do conjunto dos produtos de uma determinada emissora.

Perspectivas como esta deixam de fora a compreensão da essência e função dessas produções na dinâmica competitiva do setor, uma vez que são fundamentais tanto na diferenciação concorrencial, já que “a disputa se dá na produção de conjuntos de produtos diferenciados e [...] requer investimentos em pesquisa de modo que haja constante inovação dos produtos e evolução do modelo” BRITTOS (2001, p. 85) quanto na renovação do acordo entre a audiência e a TV, uma vez que “procura dar conta da dimensão simbólica da comunicação, no sentido de que, mais do que qualquer outro, o produto cultural precisa atuar no imaginário do receptor” a partir de meios de distinção do público (idem).

⁶ALBERTO, Maria Angélica; BORGES, Vera. **Vocação, formação e mercado de trabalho no teatro: estudo comparativo entre Brasil e Portugal**. In GOMES, Ana Célia et al. Organização social do trabalho e associativismo no contexto da mundialização: estudos em Portugal, África e Amazônia. Belém: NUMA/UFPA, 2010.

Padrão tecnoestético

Na televisão, o processo de diferenciação da programação é desencadeado por dinâmicas de trabalho específicas, que permitem a renovação ou consolidação das programações garantindo tal diferenciação, e também por inovações em equipamentos e outras decisões de cunho técnico e estratégico que favorecem seus mecanismos concorrenciais.

Essa dinâmica de trabalho constitui determinados padrões de produção cultural que pautam uma forma de codificação do conhecimento tácito do trabalhador cultural (ainda que com limites derivados da natureza intelectual desse tipo de trabalho) a serviço dos interesses empresariais, subsumindo o trabalho intelectual e extraíndo dele capacidades cognitivas com um fim mercadológico. No caso da televisão, esse conhecimento se plasma sobre um padrão de produção cultural constituído pela dinâmica de aprendizagem do mercado televisivo (BOLAÑO, 2000).

pode-se definir a codificação como a operação que consiste em plasmar o conhecimento sobre um suporte, liberando-o da sua ligação a uma pessoa, o que permite reduzir custos e aumentar a confiabilidade das operações de estocagem, memorização, transporte, transferência, reprodução, acesso e pesquisa, ao tornar o conhecimento reprodutível, o que, por outro lado, faz com que "um conhecimento codificado se aproxime das características de uma mercadoria" (BOLAÑO, 2002, p. 13)

A aleatoriedade da realização do produto cultural e os limites inerentes à forma de apropriação do conhecimento exigem estratégias das empresas culturais visando minimizar a incerteza da realização da sua mercadoria. Isto ocorre também no mercado televisivo, assim como em toda economia do conhecimento, através da apropriação de um conhecimento já codificado pelos trabalhadores culturais ou pela codificação de um conhecimento tácito que permita a constituição de novas mercadorias e serviços culturais mercantilizáveis.

Os processos de aprendizagem da economia da televisão, descritos acima, têm como dimensão concreta uma codificação do conhecimento do trabalhador cultural, que se constitui em um padrão específico de programação definido por BOLAÑO (2000), como padrão tecnoestético. Uma vez constituído torna-se independente de trabalhadores específicos que participaram de seu desenvolvimento, tornando-se um ativo intangível de propriedade da empresa capitalista que o constituiu (BOLAÑO, 2000; 2004). Essa observação é compatível com a dinâmica concorrencial da economia do conhecimento.

Assim, ainda que não ocorra aquela situação clássica em que o “conhecimento se destaca do sujeito e fica plasmado em um elemento do capital constante”, ocorre pela via da dinâmica própria da subsunção do trabalho intelectual “a extração do conhecimento do trabalhador individual e sua incorporação ao capital, ou ao trabalhador coletivo que este cria em seu proveito” (BOLAÑO, 2002, p. 13). A subsunção se explicita no fato de que as rotinas, métodos e condições de trabalho que constituem o padrão não podem ser reproduzidas fora do capital individual que comanda o processo.

O padrão é o resultado de decisões técnicas e estratégicas que envolvem desde a gestão do conhecimento do trabalhador cultural e sua internalização, até os mecanismos de aprendizagem da empresa, passando pela capacidade desta, em termos de poder econômico e conhecimento acumulado, de implementação dessas estratégias. Trata-se, em suma de “uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais que definem as normas de produção cultural historicamente determinadas de uma empresa ou produtor cultural” (BOLAÑO, 2000, p. 235).

Essa afirmativa pode ser confirmada pela observação empírica do mercado brasileiro de televisão, cujo desenvolvimento articula a internalização do conhecimento do trabalho cultural em épocas determinadas (RIDENTI, 2014; ROCHA, 2008; FECHINE, 2008) com o investimento tecnológico em setores correlatos – como a implantação da rede de microondas pelo governo militar e a instalação de satélites para disseminação da programação (BOLAÑO, 2004, p. 105). Também é verificada nas próprias empresas de comunicação que se esforçam em mostrar uma aparência de modernidade estética e técnica, como é o caso da Rede Globo de televisão condensadas no *marketing* do auto-denominado “Padrão Globo de Qualidade”.

Uma vez definido, o padrão tecnoestético possibilita a diferenciação da programação televisiva, estratégia “vital para que ela sustente ou amplie sua participação no que se refere à audiência e ao mercado anunciante” (idem, p. 77), possibilitando a distinção de uma empresa de mídia frente a outros capitais em concorrência, sendo fundamental para a disputa entre as redes pela fidelização do público.

Por se tratar de uma estratégia demandante de poder econômico, a constituição de um padrão tecnoestético no caso normal de um oligopólio, como ocorre com as indústrias culturais em geral, repercute nos diversos ramos de produção simbólica e passa a orientar toda a produção a ponto de constituir-se “alguns poucos modelos tecnoestéticos hegemônicos em nível mundial, concorrendo entre eles em cada mercado nacional” (BOLAÑO, 2000, p. 235).

Sua expressão concreta é observada na constituição de uma programação audiovisual que se generaliza como padrão hegemônico em determinados mercados, como é o caso emblemático das telenovelas no caso brasileiro da TV Globo ou dos filmes hollywoodianos. Ao longo do tempo, as empresas que constituíram esses padrões estabelecem fontes de altas barreiras à entrada de outros agentes aprofundando a condição de hegemonia da produção cultural (BRITTOS, 2001), relacionando ainda o poder econômico com o poder simbólico (BOLAÑO, 2000, p. 232).

Conceitua-se barreiras à entrada como um conjunto de injunções dominadas pelas empresas líderes, que servem como impedimentos para o acesso de novas corporações num mercado ou para que, ingressando, as demais companhias que compõem o setor não alcancem a liderança (BRITTOS, 2004, p.18).

Essas barreiras se erguem em benefício das empresas com maior poder concorrencial impondo uma generalização do consumo e definindo os agentes hegemônicos dos mercados. “Esses modelos acabam recebendo a adesão dos consumidores desencadeando uma relação difícil – mas possível – de ser rompida” (BRITTOS, 2001, p.85). Assim, funcionando como impedimento para a entrada de novos agentes no mercado ou para que “ingressando, as demais companhias que compõem o setor não alcancem a liderança” (BRITTOS, 2004, p.18).

Estas estratégias, como tratamos de mostrar aqui, só serão realizadas a partir da internalização da aprendizagem e apropriação do trabalho cultural, a partir do qual a empresa consolidará o padrão tecnoestético citado. Assim, sua capacidade de concorrência e diferenciação de programação se efetivam pela contratação do trabalho cultural e serão tão mais ampliadas quanto maior for a subordinação desse trabalho às condições definidas pela empresa, que permitirá incorporar em escala crescente, o conhecimento desenvolvido por esses atores.

2 Cultura e fases do capitalismo no Brasil

Este capítulo tem o objetivo de demonstrar como a ‘questão cultural’ (COUTINHO, 2008) se deu no Brasil a partir de uma análise que se relaciona com o momento exatamente anterior à transição definitiva do país para o capitalismo (1930), passando pela sua inserção na fase monopolista (1964) até o momento atual marcado pela reestruturação produtiva que se consolida no Brasil nos anos 1990 (FRIGOTTO, 2010).

A abordagem da questão cultural será orientada pela relação entre produção, economia e cultura, uma vez que é traço do capitalismo contemporâneo a imbricação desses fatores (BARATA, 2011, p. 105; GRAMSCI, 1985).

Evidentemente que não será possível apresentar com exaustão as múltiplas determinações de cada época, dada a amplitude e as especificidades de cada período, mas é importante apresentar aqui alguns dos marcos da questão cultural no caso brasileiro, nas suas relações com o processo econômico, para compreender como ela se manifesta nos dias atuais.

Para isso, serão especificadas dinâmicas de organização cultural que vêm se constituindo no Brasil ao longo do desenvolvimento do capitalismo e que buscam a adesão das classes populares ao projeto dirigente, tanto a partir da difusão de visões de mundo que lhe são fundamentais (COUTINHO, 2011; MONTERO, 1994), quanto a partir da contratação do trabalho cultural e a incorporação de sua função intelectual de mediação no interior de uma poderosa Indústria Cultural de caráter monopolista (BOLAÑO, 2000; 2012).

Antes de especificar as fases acima citadas, é necessário destacar que o que se deu no Brasil corresponde, com suas particularidades, ao processo de ampliação do Estado conforme o pensamento gramsicano, referido no capítulo anterior. Assim, observa-se que paralelamente ao uso da força e da coerção para a manutenção das distinções entre as classes, estabelece-se um processo de desenvolvimento que inclui mecanismos de controle combinado com outros de hegemonia, para os quais a ‘questão cultural’ passa a ser fundamental (COUTINHO, 2011), principalmente a partir dos anos de 1930, quando se inicia a industrialização e a transição do Brasil para o capitalismo monopolista (MELLO, 2002).

Como marca do processo social brasileiro, essa hegemonia será de caráter seletivo (COUTINHO, 2006) visto que a transição para a modernidade se dá marcada por dois momentos de ditadura (1937-1945 e 1964-1985), e ainda desde uma perspectiva de “modernização conservadora” ou “revolução passiva”, determinada por acordos “pelo alto”, em que não há um

processo prévio de consolidação da sociedade civil, e as frações das classes dirigentes em disputa realizam acordos sem a efetiva participação dos *de baixo*.

Em vez das velhas forças e relações sociais serem extirpadas através de amplos movimentos populares de massa, como é característico da “via francesa”, a alteração social se fez aqui mediante conciliações entre o novo e o velho; ou seja se considerarmos o plano imediatamente político, mediante um reformismo “pelo alto”, que excluiu inteiramente a participação popular (COUTINHO, 2011, p. 91).

A consequência dessa modernização conservadora para a luta política da “batalha de ideias” se expressa na constituição de uma camada de intelectuais fortemente vinculada aos interesses da classe dirigente, que cumprem um papel importante na dinâmica de integração das classes populares ao projeto político daquela inscrevendo “marcas de continuidade do pensamento tradicional” na “descontinuidade” dos processos de transformação (ORTIZ, 2006, p.42).

2.1 A sociedade antes dos anos de 1930 e a ideologia do favor

As elites coloniais declararam a independência do Brasil em relação a Portugal e proclamaram o Estado Nacional no ano de 1822. No entanto, diferente do que ocorrera em outros países quando da instituição da nação, no caso brasileiro, isto não representou uma ruptura com as formas econômicas anteriores, tendo mantido vigente relações de produção pré-capitalistas, no interior de um sistema mercantil ancorado no escravismo (MELLO, 2002; FURTADO, 1978).

Pressionado pelas nações capitalistas europeias que realizavam a transição para o capitalismo industrial - especialmente a Inglaterra que possuía interesses comerciais com o país - é declarada a independência que demarca o fim do exclusivo metropolitano português, impondo mudanças institucionais entre o Brasil, colônia de Portugal, e o Brasil como nação *independente*. A suplantação do monopólio da burguesia portuguesa mercantilista foi facilitada ainda pelo desenvolvimento do sistema monetário e pela expansão do crédito bancário, que favoreceram a entrada de capital estrangeiro de outros países, desencadeando um processo de transformação das relações econômicas e dos fluxos comerciais existentes na fase colonial (MELLO, 2002).

Estava portanto estabelecida no Brasil uma economia nacional. A queda do exclusivo metropolitano e em seguida a formação do Estado Nacional criaram as possibilidades de que se nacionalizasse a apropriação do excedente e de que se internalizassem as decisões de investir (Idem, p. 58)

A partir de então, a elite mercantil-escravista se apropriou dos processos políticos e comerciais nacionais, ampliando as relações econômicas com outras nações e inserindo o Brasil numa divisão internacional do trabalho, em que este assume a condição de exportador de matérias-primas produzidas no sistema de produção mercantil-escravista (café, algodão, fumo e açúcar) e de importador de produtos manufaturados industriais do mercado europeu (bebidas, peixes, artefatos de lã, trigo e carvão (idem).

A integração do país à dinâmica mundial capitalista se deu assim, somente no que se refere à circulação dos produtos mantendo-se na esfera da produção, o sistema escravista. Assim, deduz-se que a classe dirigente não demandava da classe subalterna nenhum tipo de respaldo aos seus projetos políticos de reprodução econômica (COUTINHO, 2011, p.19). Estes eram garantidos pela sociedade política e seu aparato policial e coercitivo, o que tornava desnecessário, do ponto de vista do domínio, a implementação de processos de mediação e hegemonia em larga escala.

E não podia ser de outro modo, numa situação em que praticamente não havia sociedade civil: o parlamento, eleito pelo voto censitário de uma exígua minoria, não podia ser considerado uma entidade autônoma em face do Estado em sentido estrito; os partidos políticos não eram partidos de massa, mas simples apêndices do Estado (COUTINHO, 2011, p. 21).

Assim, o controle da sociedade implementado pela oligarquia brasileira – da qual os senhores de engenho são sua mais clara expressão – fazia valer sua distinção de classe através da violência e do cultivo a uma cultura erudita de origem europeia, em oposição à cultura popular das classes dirigidas, para quem era reservada a perseguição e criminalização de suas práticas (MONTERO, 1994). “Não precisavam legitimar sua dominação através da batalha de ideias” uma vez que não demandavam a adesão das classes populares ao modo de produção econômico (COUTINHO, 2011, p. 22).

Para alimentar as necessidades espirituais da classe dirigente, do velho continente vinham “nossas formas de vida, nossas instituições e nossa visão de mundo” (HOLANDA, 2010, p.15) importadas graças ao trânsito comercial entre os países europeus e o Brasil, subsidiando a distinção fundamental pré-capitalista, que se baseiou no fosso entre a cultura aristocrática e a cultura popular (ROCHA, 2011). Furtado, por sua vez, esclarece no mesmo sentido que

O distanciamento entre elite e povo será a característica marcante do quadro cultural que emerge nesse período [...] O povo era reduzido a uma referência negativa, símbolo do atraso, atribuindo-se significado nulo à sua herança cultural não europeia e recusando-se valia à sua criatividade artística.[...] As elites, como que hipnotizadas, voltam-se para os centros da cultura europeia, de

onde brotava o fluxo de bens de consumo que o excedente do comércio exterior permitia adquirir. Na escala de valores desse quadro cultural, a simples visita de uma companhia teatral européia a uma cidade do país assumia a significação de acontecimento cultural marcante na vida de uma geração (FURTADO, 1984, p.23)

A importação das ideias liberais e dos modos de consumo moderno e progressista da Europa em nada combinava com a dinâmica institucional e econômica brasileira, que explicitava suas características pré-capitalistas nas relações entre a casa grande e a senzala. Para SCHWARZ (2009), a replicação da estratégia ideológica que havia pautado as revoluções burguesas na Europa e subsidiado o processo de independência do Brasil eram *ideias fora do lugar* no contexto brasileiro.

Essa impropriedade de nosso pensamento, que não é acaso, como se verá, foi de fato uma presença assídua, atravessando e desequilibrando, até no detalhe, a vida ideológica [...] éramos um país agrário e independente, cuja produção dependia do trabalho escravo por um lado, e por outro, do mercado externo. Mais ou menos diretamente, vem daí a singularidade que expusemos. Era inevitável, por exemplo, a presença entre nós do raciocínio econômico burguês – a prioridade do lucro com seus corolários sociais – uma vez que dominava no comércio internacional, para onde a nossa economia era voltada. Além do que havíamos conquistado a independência há pouco, em nome de ideias francesas, inglesas e americanas, variadamente liberais, que faziam parte da nossa identidade nacional. Por outro lado, de igual fatalidade, este conjunto de ideológico iria chocar-se contra a escravidão e seus defensores, e o que é mais viver com eles (SCHWARZ, 2009, p.61-63).

Essa “miscelânea” ideológica que caracterizou o Brasil no período se fazia perceber em todos os setores da vida social, no plano das instituições, da justiça e no próprio aparato burocrático do Estado (formado pela ação da própria família real portuguesa), não representando, portanto, uma organização cultural que estabelecesse um nexos necessário com a reprodução da vida sócio-econômica brasileira (idem, p. 64). Assim, na interpretação de COUTINHO (2011), o pacto cultural da época foi marcado por uma ideologia da cultura de caráter “ornamental” sendo caracterizada, ainda segundo SCHWARZ (2009), por um *torcicolo cultural* voltado para a Europa, de onde aliás, provinha parte da elite dirigente brasileira

Nesse contexto, portanto, as ideologias não descrevem sequer falsamente a realidade e não gravitam segundo uma lei que lhes seja própria. Sua regra é outra, diversa da que denominam; é da ordem do relevo social, em detrimento de sua intenção cognitiva e de sistema (SCHWARZ, 2009, p.62)

O nexos que manteria a adesão de membros das classes subalternas ao processo político da classe dirigente não estava, portanto, na organização de uma cultura com fins de integração sistêmica, mas foi marcado por uma cumplicidade entre as classes amparada pelo favor (idem). Isto porque nossa tradição marcadamente escravista tem como empecilho a quase inexistência

das relações de assalariamento, fazendo emergir uma camada média de “homens livres” que, para se reproduzirem socialmente, estabelecem com as elites agrárias relações desse tipo. “Assim, com mil formas e nomes, o favor atravessou e afetou no conjunto a existência nacional, ressalvada sempre a relação produtiva de base, assegurada pela força” (idem, p. 66).

Os valores europeus alimentaram as práticas culturais da elite brasileira que, através do favor e da violência, mantiveram uma coesão mínima necessária à reprodução social do Estado. Essa estratégia persistiu o fim da monarquia (1889), atravessando a Primeira República, que foi marcada por uma transformação pelo alto caracterizada por “um arremedo de instituições republicanas criado em seguida [que] não era de molde a fortalecer a sociedade civil. O Parlamento continuou a ser um mero apêndice do Executivo; os partidos eram nada mais que confrarias locais a serviço de alguns coronéis envolvidos na política” (COUTINHO, 2011, p. 23). Mudanças significativas só ocorrerão com a Revolução de 1930.

Não seria correto afirmar que a população, em sua totalidade, estava de acordo com esse pacto cultural oligárquico. O dissenso existia e podia ser identificado entre pessoas públicas vinculadas ao movimento abolicionista e nas revoltas *dos de baixo* como a Cabanagem (1835), a Revolução Praieira (1848) e a Farroupilha (1835). Também entre alguns intelectuais críticos da época, era notório o desacordo entre essa representação ideológica e a realidade do país, como se nota na literatura de Lima Barreto, Machado de Assis ou Manuel Antonio de Almeida (COUTINHO, 2011).

Este último, a respeito da repressão policial e perseguição aos cantadores de viola registrou no romance *Memória de um Sargento de Milícias* (1854-1855),

Quando algum dos patuscos daquele tempo (que não gozava de grande reputação de ativo e trabalhador) era surpreendido de noite, de capote sobre os ombros e viola a tiracolo, caminhando em busca de súcia, por uma voz branda que lhe dizia simplesmente “venha cá”; “onde vai?” o único remédio que tinha era fugir, se pudesse, porque com certeza não escapava por outros meios de alguns dias de cadeia.

Este processo assume contornos mais complexos com o fim da Monarquia, a instituição da República (1889) e a transformação do regime de trabalho ancorado na escravidão formal (1888). A implantação da fase republicana foi pressionada pela crise de exportação do café e pela inflação de crédito, o que, por sua vez, pressionou à adoção de rearranjos na economia exclusivamente agrária. Assim, já na virada do século XX, se observavam rupturas nos quadros conservadores da monarquia e a eclosão de um novo espírito de negócios de especulação

mercantil, iniciando o processo de urbanização no Brasil e os investimentos no setor industrial, iniciando a implantação da indústria (FURTADO, 1978).

A implantação de um modo de produção especificamente capitalista foi possível graças à transferência do capital nacional acumulado no setor exportador cafeeiro, em que, de início, a exploração escravista permitiu uma acumulação primitiva, que possibilitou a concentração de capital nas mãos da burguesia comercial e a sua posterior inversão na indústria nascente (MELLO, 2002, p.42). Articulado a isso, foi também decisiva a expansão do capitalismo dos países centrais, que, após a Grande Depressão de 1870, entrava em sua fase monopolista, que se traduzirá em necessidade acrescida de exportação de capital para as economias como a brasileira (idem).

Já no início do século XX, expande-se a exportação de máquinas e ferramentas industriais dos países desenvolvidos para os periféricos, e, assim, a implantação das indústrias permitirá, no caso do Brasil, o aproveitamento da janela de oportunidades decorrente da crise global dos anos 1930 para deslanchar o processo de industrialização por substituição de importações. Deste modo, o fim da escravidão se converterá na consolidação de uma classe operária brasileira que passará a atender a demanda de mão-de-obra dessa indústria nascente.

Na perspectiva da classe dirigente, o desenvolvimento do setor industrial trouxe para o cenário político uma outra parcela daquela, formada nesse momento pela burguesia industrial. Embora tivesse em sua composição também membros da oligarquia agrária, a ascensão da burguesia industrial representou uma fragmentação entre setores das classes dirigentes que, a partir de então, iniciariam processos de disputa de poder que culminaram com uma apropriação do Estado por esta última (COUTINHO, 2006).

A disputa entre esses grupos, que se tornaram numerosos e complexos demonstrou “a importância crescente da classe média urbana, dentro da qual se destacava a burocracia civil e militar”. Neste sentido, “os comerciantes importadores e os industriais, cujos interesses por motivos distintos se opõem aos dos cafeicultores, encontram no regime republicano oportunidade para aumentar o seu poder político” (FURTADO, 1989, p.179-180).

Assim, a República Velha (1888-1930) foi marcada pelo aumento da força política da burguesia mercantil de um setor militar e pela formação de uma classe média urbana e, acrescenta-se, pelo aumento do contingente de operários industriais que passaria a demandar

formas mais complexas de mediação que aquelas de caráter ornamental, destacadas por Coutinho, acima citado.

Essa complexificação da sociedade brasileira, antes marcada por uma oposição entre elite agrária e povo, possibilitou o surgimento de uma incipiente sociedade civil, espaço para contestações como as revoltas tenentistas (1922, 1924, 1926), os movimentos trabalhistas (greves de 1917, fundação do Partido Comunista em 1922) e manifestações políticas e culturais, como a Semana de Arte Moderna (1922), em que setores progressistas da burguesia ensaiaram a *modernidade brasileira* e buscaram romper com os modelos políticos, ideológicos e intelectuais da fase precedente (MOTA, 1990).

Nesse contexto de intensificação das lutas políticas e de aumento na tensão entre os interesses das classes, cresce a importância da organização de uma cultura que some aos aparatos coercitivos, os mecanismos de hegemonia dos grupos dirigentes. Isto porque a recente estruturação econômica ancorada na indústria - e o crescimento correspondente do proletariado - demandariam a adesão desses setores para a consolidação do projeto de nação capitalista industrial que se lançava (MOTA, 1990, p. 61).

Também nessa fase de transição para o capitalismo, a mudança na organização política do Brasil foi realizada *pelo alto*. Isto é, sem a participação das classes populares, dirigida por uma fração da burguesia nacional, de origem gaúcha e militar-positivista, não alinhada economicamente ao empresariado cafeicultor, que era oriundo do eixo São Paulo – Minas Gerais. Com a apropriação do Estado por aquela, se completou o processo de implantação da “modernidade” brasileira, generalizando as relações econômicas com a expansão do modo de produção especificamente capitalista, a indústria, que culminou com a Revolução de 1930 (COUTINHO, 1996, p. 176).

2.2 O Estado Moderno no Brasil e a identidade nacional

A industrialização brasileira, fortemente facilitada pela inversão do capital estrangeiro no país, como mencionado acima, é decorrente da crise mundial iniciada com a quebra da bolsa de Nova York em 1929, com impactos devastadores nas economias centrais. Assim,

O capital das nações industrializadas encontra oportunidades de estender às áreas atrasadas seus próprios meios de produção e a relação social de produção que lhe é peculiar. Quer dizer, dispõe de oportunidades de inversão lucrativas e, mais lucrativas que em seu país de origem (MELLO, 2002, p. 50)

A importação pelo Brasil de equipamentos industriais fazia parte da estratégia de substituição de importações, que visava instalar novas unidades de produção, especialmente, no início, de bens de consumo, ainda que, a termo, se tratasse de viabilizar “um movimento endógeno de acumulação em que se reproduzem conjuntamente a força de trabalho e o capital constante” (idem, p. 110).

Combinado ao encarecimento brusco das importações (consequência da depreciação cambial), à existência de capacidade ociosa em algumas das indústrias que trabalhavam para o mercado interno e ao fato de que já existia no país um pequeno núcleo de indústrias de bens de capital, explica a rápida ascensão da produção industrial, que passa a ser o fator dinâmico principal no processo de criação de renda (FURTADO, 1978, p.204).

Esse contexto, marcado pela crise e seguido pela expansão do modo capitalista monopolista desestabilizou, de um lado, setores da classe dirigente de então, - o empresariado cafeicultor – pois eles estavam associados duplamente ao capital internacional: através do fornecimento de crédito aos latifundiários e através do comércio das matérias-primas produzidas no Brasil. Por outro, a situação favoreceu a expansão de setores industriais não articulados com àqueles, o dos proprietários das indústrias do mercado interno, já que a crise provocou um aproveitamento mais intensivo da capacidade industrial endógena ampliando o poder político-econômico daquele grupo (FURTADO, 1978).

Assim, ainda que de caráter restrito, o processo que marca a implantação da indústria no Brasil provocou tensões na sociedade brasileira, visto que as classes fundamentais pré-capitalistas entram em confronto com a burguesia ascendente.

Tornando-se um eixo dinâmico no processo de acumulação de capital, este outro grupo econômico, marcadamente burguês, se consolidou e passou a disputar com a classe dirigente dominante de então. Em todo caso, embora seu fortalecimento tenha reduzido o controle exercido pelos empresários agrícola-exportadores, a dissidência de interesses entre os membros não se concretizou por rupturas essenciais com as frações dominantes da época (COUTINHO, 2004, p. 178).

Trata-se, ao contrário, da manifestação do caso brasileiro da revolução passiva, que promoveu um tipo de modernização conservadora realizada *pelo alto* em que se “deslocam do papel de fração hegemônica no bloco de poder a oligarquia cafeeira, se cooptam alguns segmentos da oposição da classe média (que se expressavam no movimento tenentista) e empreendem processos de transformação que irão se consolidar efetivamente a partir de 1937” (COUTINHO, 2006, p.177). Não obstante, embora essa configuração apresentasse

descontinuidades com a velha ordem, representavam ainda os interesses das frações da classe dirigente da sociedade, inclusive agrária, sem a participação efetiva dos *de baixo* na tomada de decisões (idem, p. 191). Mas, há um diferencial nas formas de organização desta nova fração de poder. Tanto pelo processo de intensificação da política, quanto pela necessidade de conquistar a adesão da classe subalterna para sua incorporação ao modo de produção industrial capitalista, se inaugura no Brasil a estratégia de organização de uma cultura que, baseada em uma hegemonia (ainda que seletiva), passa a incorporar elementos das classes populares, buscando sua adesão a partir da busca do consenso daquelas (BRAZ, 2011, p. 85).

A marca indelével do escravismo havia imposto uma visão do trabalho manual como algo degradante, o que dificultava a integração das classes subalternas ao modo de produção industrial (COUTINHO, 2011). Os revolucionários de 1930 tratarão de mudar essa condição.

É necessário lembrar que as ideias dominantes na Primeira República não reconheciam o valor do trabalho e do trabalhador. Após 1930, no entanto, o discurso estatal foi alterado de maneira substancial: o ato de trabalhar foi dissociado da herança degradante da escravidão e tomou aspectos positivos, passou a ser valorizado, merecedor de recompensas materiais e de valorização social e política (FERREIRA, 2012, p. 298).

A ideologia do trabalhismo, como ficou conhecida, foi parte da organização de uma nova cultura que passou a buscar a adesão das classes subalternas aos mecanismos de reprodução social controlados pela classe dirigente e se inicia com o populismo da Era Vargas. Caracteriza-se pela aparência de apagamento das relações antagônicas de classe e por alterações na fisionomia do aparelho estatal (IANNI, 1991), que passa a incorporar elementos populares e nacionalistas em sua composição, mudando o próprio relacionamento do Estado com a sociedade, na medida em que “deve haver algum tipo de barganha entre as classes da coalizão” (idem, p. 43).

Para implementar essa dinâmica de barganha, o governo Vargas realizou uma série de iniciativas políticas de integração, ancoradas na concessão de direitos trabalhistas a partir da implantação do sindicato corporativista (GOMES, 2012, p.80-83) e através da instituição de associações profissionais que eram “estimuladas e reconhecidas legalmente pelo Estado para exercerem funções efetivas de canalização e vocalização dos interesses”. Assim, respondia “ao problema da incorporação de novos atores à esfera pública, cujo modelo de sindicato único possibilitava sua legitimidade política” (idem, p. 80-81). Deste modo, a estratégia do grupo dirigente sobre as classes subalternas não seria de segregação e exclusão, mas sim de hegemonia

e incorporação social através de um número, ainda que restrito, de organizações da sociedade civil que mediavam os interesses fundamentais das classes (COUTINHO, 2006).

Essa estratégia de controle político era praticamente inédita na sociedade brasileira, visto que até o início dos anos de 1930, as formas de controle da elite sobre a população de baixa renda se ancoravam na repressão policial. As referências culturais da classe dirigente acompanhavam um padrão imitativo europeu, legando à cultura das classes governadas a condição de marginalidade vista pelas elites como primitiva, *atrasada* e até mesmo perigosa e submetida, portanto, a atos de violência.

Com a ascensão de novas camadas dirigentes, passou a ser estratégico para as classes governantes positivar as referências culturais das classes subalternas, uma vez que isto favoreceria a integração daquelas ao sistema dominante, o que deveria ainda atenuar as contradições próprias do Brasil em sua fase de urbanização. E também atender a uma dupla necessidade do contexto: incorporar o trabalho a um novo modelo de acumulação produtiva (baseado no trabalho operário industrial) e dinamizar o consumo das indústrias de bens assalariados que se implantavam.

Assim, se implementa uma estratégia de hegemonia fundada na formação da identidade nacional, que para sua consolidação se apropria de elementos simbólicos e culturais das populações.

Pode-se dizer que somente a partir da chamada era Vargas se esboça mais nitidamente um novo pacto político que procura incorporar as manifestações populares ao Estado, de modo a produzir, nas elites e no povo, uma convicção compartilhada de nacionalidade (MONTERO, 1994, p.2).

Hegemonia, identidade nacional e mestiçagem

A partir do adensamento da população urbana em razão do recente processo de industrialização capitalista e da conseqüente necessidade de integração das classes subalternas ao processo produtivo, o Estado implementou mecanismos de representação social e cultural dos *de baixo* para os quais a constituição da identidade nacional, e seu caráter ideologicamente *mestiço*, foi fundamental no processo de integração desta camada à dinâmica econômica do momento (ORTIZ, 2006; MONTERO, 1994).

Nas palavras de Carlos Nelson Coutinho “o pós-1930 introduziu assim uma novidade, já que a ‘questão social’ era vista na República Velha simplesmente como um caso de polícia” (1996, p.178). A novidade, de que trata o autor, relaciona-se com o fato de que o “padrão de intervenção estatal na “questão social” começa a, efetivamente, ir além de vê-la *apenas* como caso de polícia” (BRAZ, 2011, p.80), pois o Estado passa a lhes dirigir “uma intervenção mais *coesiva* por meio de mecanismos culturais que intentavam a cooptação das expressões populares ligadas ao seu universo cultural” (idem, p.81).

Esses mecanismos culturais do governo varguista são elaborados através da mediação de intelectuais que lhe serviram de base ideológica, estimulando a organização de uma cultura com fins hegemônicos, e que tem na consolidação de uma visão de mundo em torno da identidade nacional brasileira, o seu elo de ligação. A partir de então, implementa-se uma transformação cultural que buscou adequar “as mentalidades às novas exigências do Brasil moderno” (ORTIZ, 2006, p.43) através de um processo de hegemonia que objetivava a adesão e a identificação entre os *de baixo* a partir da mediação entre intelectuais de ambas as classes.

Assim, “a partir dos anos de 1930 – é quando se pode falar em um projeto de hegemonia, ainda que limitado -, [em que] o Estado burguês necessitando ampliar sua base de consenso, tratou de nacionalizar a cultura popular, de integrá-la e de ressemantizar suas mensagens e refuncionalizar seus objetos” (COUTINHO, 2011-A, p.61). A apropriação das referências culturais das classes populares pelo aparato nacionalista do governo Vargas se elaborou de modos conflitivos e divergentes, entre os quais destacam-se principalmente aqueles associados à incorporação do samba, da capoeira e do futebol à ‘cultura nacional’ (MONTEIRO, 1994).

A propaganda do governo a partir de 1930 foi favorecida ainda pela dinamização de um mercado cultural interno, que estava sendo oxigenado pelo assalariamento, e para os quais foram fundamentais as primeiras agências de publicidade que se instalaram no Brasil, a difusão do rádio e da indústria fonográfica que logo contrataram trabalhadores culturais dos setores populares para produzirem os produtos/serviços culturais que seriam direcionados para seu consumo (COUTINHO, 2011-A, p. 61).

A incorporação dos intelectuais das camadas populares, tanto no incipiente mercado cultural, quanto nos processos que legitimariam os referenciais simbólicos de sua população no aparato do Estado formam um conjunto essencial na divulgação da *nova* modernidade brasileira, demonstrando, já à época, o impacto que teria a produção cultural sob a direção da classe

dirigente na dinâmica de mediação social e de reprodução do capitalismo na sociedade brasileira (BOLAÑO, 2003).

A ideologia, que passou a cimentar o pacto cultural entre o povo e a nação, foi constituída a partir da apropriação seletiva de elementos das culturas dos grupos subalternos. Do caráter seletivo, destaca-se, a existência de expressões intelectuais não assimiláveis pela cultura dominante, como por exemplo o samba “malandro”, que era reprimido uma vez que “não reproduz ou endossa a ideologia da cultura dominante”, ao passo em que se observou a difusão do samba “lírico-amoroso” ou “apologético-nacionalista”, em que “a sociedade é compreendida como um espaço mítico de fraternidade, sem conflitos e sem contradições”(COUTINHO, 2011-A, p.65)

Assim, para operar essa apropriação e estabelecer um processo de hegemonia e adesão das classes populares,

foi preciso domesticar essa cultura popular, retirar-lhe sua autonomia própria e sua excessiva alteridade: foi preciso torná-la mestiça. Tratou-se, com efeito, de romper a lógica da honra e das redes de lealdades locais, que organizavam essa vida popular, de modo a incorporá-las em formas de representação política mais universais [...] [assim se] cria o paradigma da cultura mestiça que permite pensar positivamente essa incorporação do negro à brasilidade (MONTERO, 1994, p.2)

“Tornar mestiça”, no caso brasileiro, significou romper com as “teorias raciológicas” que elaboravam uma distinção excludente daquela camada da população (ORTIZ, 2006, p; 40) instituindo mecanismos para consolidar visões de mundo que realizassem, por seu turno, uma “construção simbólica da nacionalidade, que procura incluir e dar um sentido nobre ao modo de vida das camadas pobres”, realizando o controle, portanto, também a partir da constituição de processos de hegemonia e mediação, mecanismo que é “tradicionalmente obra dos intelectuais” (MONTEIRO, 1994, p.1).

O conceito da mestiçagem tem sua apreensão definitiva com o trabalho *Casa Grande e Senzala*, de Gilberto Freyre. O livro foi publicado logo depois da Revolução de 1930 e trouxe, de maneira inédita, a valorização do traço mestiço dos habitantes do Brasil. Sua importância, visto o contexto político de transição para o capitalismo, residiu na necessidade de integração da camada popular, rompendo o nível de explicação que “os quadros ideológicos anteriores preservavam cuidadosamente: o da separação entre as ‘raças’” (MOTA, 1990, p.55).

A obra inaugural de Gilberto Freyre (1933), *Casa Grande e Senzala*, ao romper com o peso das teorias raciais européias que, na sua lógica determinista, só

podiam conceber a mestiçagem como degeneração, cria o paradigma da cultura mestiça que permite pensar positivamente essa incorporação do negro à brasilidade (MONTEIRO, 2004, p. 3).

Foi a partir de então que surgiu no campo propriamente intelectual noções como as de *cultura brasileira* e *homem brasileiro*, inaugurando um novo modo de olhar para o Brasil e engendrando uma “fábula das três raças” que conta a origem do moderno estado brasileiro. (ORTIZ, 2006, p.43). A valorização da natureza mestiça se associava as suas expressões culturais, gastronômicas, sem atingir, propriamente, as desigualdades estruturais do capitalismo tardio brasileiro. “Apesar da aceitação da cultura mestiça como representação da brasilidade, isto não acarretou uma valorização da condição do negro enquanto tal, que continua, de uma forma mais ou menos generalizada, excluído do Brasil oficial” (MONTEIRO, *idem*).

Como autor de transição, o trabalho de Freyre é carregado de uma ambigüidade que, ora apresenta descontinuidades, pois renova o papel das classes populares na cultura brasileira, ora continuidade e conservação, pois afirma a estrutura política que as escravizou. Como lembra Antônio Cândido acerca de Freyre,

Enamorado do seu ciclo cultural luso-brasileiro, é levado a arquitetar um mundo próprio, e que se combine o progresso com a conservação dos traços anteriores característicos. Tudo sera justificado se trouxer a marca do mundo que o português criou e que nós vamos desenvolvendo e preservando, sim senhor, com ajuda de Deus e de todos os santos unidos. O mesmo movimento que o leva a gostar das goiabadas e dos babados da prima Fulana, o leva gostosamente a uma democracia patriarcal⁷.

Compondo o quadro ideológico de modernização do Brasil, Freyre é exemplo do intelectual orgânico do Estado Novo, uma vez que “atende a uma demanda social” para constituir uma nova interpretação do Brasil, pois “consegue mostrar as excelências dos negros e mestiços – como que criando um novo tipo de valorização dessa mão de obra, para incorporação menos problemática às novas formas que vinha assumindo o capitalismo no Brasil” (MOTA, 1990, p.61)⁸

Assim, observa-se que a construção da nacionalidade foi pautada pela ideologia da mestiçagem, o cimento necessário ao pacto cultural de modernização das relações econômicas no país. Essa estratégia foi aprofundada durante a ditadura do Estado Novo, com a criação de órgãos

⁷ Plataforma da Nova Geração, 1944. Coleção de depoimentos coordenada por Mário Neme.

⁸ Esta época tem registros de distintas ações políticas voltadas para a cultura como a passagem de Mário de Andrade no Departamento de Cultura da prefeitura de São Paulo e a presença de Gustavo Capanema como ministro do Ministério de Educação e Saúde. Ver RUBIM, Albino. **Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios** In: Políticas Culturais no Brasil, Ed UFBA, 2007

estatais voltados para educação e cultura, e somente com o seu fim em 1945 passa a assumir contornos mais complexos.

É evidente que as classes populares não ficaram alheias ao movimento dirigido pelas elites modernas. Antes o contrário, esse processo foi marcado por conflitos e divergências⁹, como podem ser verificados nos exemplos do Mestre Bimba e de Paulo da Portela na capoeira e no samba, respectivamente. Que, embora participassem da dinâmica dirigida pelas elites, tinham um projeto de se “integrar à modernidade ‘outorgada’, mostrando que suas manifestações culturais poderiam contribuir com o projeto nacional” (VARGUES, 2013, p.233).

O período tem nuances muito interessantes, principalmente no que toca os processos de disputa que legitimaram o samba ou a capoeira como símbolos nacionais, tendo sido largamente estudado por outros autores¹⁰.

A transição para o capitalismo monopolista

O período democrático que vai de 1945 até 1964 é marcado pela constituição de uma outra visão de mundo que dispensa a *consciência amena do atraso*, conforme caracterizou Antônio Cândido, e se espraia como um movimento de crítica da sociedade brasileira (MOTA, 1992, p.115), e de emergência de uma compreensão pautada no “desaparecimento do Brasil formal”¹¹, expressando assim o

Crescimento de uma sociedade civil mais rica e articulada, apoiada em grande parte na dinamização do movimento de massas, responsável pela radicalização da política dos intelectuais a partir do final dos anos 1950, uma radicalização que – malgrado alguns limites nacionalistas ou “populistas” – apontava no sentido de inverter a hegemonia até então desfrutada (COUTINHO, 2006, p. 58)

Isto aprofundou uma tendência à socialização da política, consolidando assim alguns “embriões” da sociedade civil que vinham se constituindo desde os anos 30, como a legalização do Partido Comunista do Brasil, que torna-se um organismo de massas, ou o crescimento político dos sindicatos operários (COUTINHO, 2011). Além disso,

as camadas médias buscam formas de organização independentes, nos partidos e fora deles: escritores, advogados, jornalistas criam associações para a defesa

⁹ Para um aprofundamento, verificar REIS, Letícia. *O Mundo de Pernas para o Ar: a capoeira no Brasil*. Ed. CRV, 2010

¹⁰ Ver a organização de artigos que constam em BRAZ, Marcelo (ORG). **Samba, cultura e sociedade. Trabalhadores e sambistas entre a questão social e a questão cultural no Brasil**, Ed. Expressão Popular, 2012; & BOLAÑO, César. **Esporte e Capoeira. Identidade Nacional e Globalização**. In: Candeeiro, ADUFS, Aracaju, ano VI, vol. 9-10, out. 2003, p. 33-42

¹¹ Citação de Paulo Emílio Sales Gomes recolhida em MOTA (1992)

de seus interesses e suas ideias. Uma ampla e muitas vezes fecunda batalha das ideias começa a ter lugar entre nós. Tudo isso amplia o campo da organização material da cultura; Há um acentuado empenho social da intelectualidade, um maior comprometimento com as causas populares e nacionais (COUTINHO, 2011, p.27)

Neste quadro político, o período que vai de 1945 até 1964 é marcado por uma sociedade civil composta hegemonicamente por dois projetos nacionais, que, embora em disputa, representavam os interesses de frações burguesas da sociedade brasileira. O confronto expunha uma divergência entre as estratégias de direção política de dois grupos de atores econômicos frente ao avanço do capitalismo no país que, com o esgotamento do padrão de acumulação posterior ao Plano de Metas do governo Kubitschek (1956-60), passava por mudanças, aprofundando as tensões entre aquelas forças sociais que, desde o pacto populista, vinham realizando acordos “pelo alto”.

A divergência entre essas perspectivas políticas se aprofunda com a crise econômica decorrente do esgotamento do padrão de acumulação, marcada pela aceleração do processo inflacionário, que exigia mudanças estruturais importantes para garantir a recuperação das condições para o desenvolvimento. A crise econômica converte-se assim em crise política. No interior do pacto de poder vigente a saída nacional-desenvolvimentista, ancorada nas reformas de base, tinha por orientação a ampliação do mercado interno, privilegiando o crescimento endógeno e a diminuição das disparidades regionais do país.

A saída, proposta, pelos setor nacional-desenvolvimentista (radicais da igreja católica, da classe média, o movimento popular operário e por outros atores da esquerda, inclusive membros do Partido Comunista), exigia a participação da burguesia nacional, mas as preocupações e a visão de mundo desta, que foi beneficiária do tipo de desenvolvimento associado ao capital internacional do Plano de Metas, eram outros. “Como a formação profissional, as fontes de informação, os padrões de consumo, em muitos casos a carreira, enfim, o quadro cultural dos elementos dirigentes das empresas (...) tendem a seguir os mesmos paradigmas”, ao contrário da constituição das burguesias nacionais europeias, no Brasil, tratava-se “menos de emergência ou consolidação de uma burguesia nacional, do que de implantação da nova burguesia internacional ligada ao capitalismo dos grandes conglomerados transnacionais” (Furtado, 1978-B, p. 36).

Assim, o projeto das reformas de base era combatido não apenas pela elite rural, temerosa das consequências da reforma agrária, mas também pelos mais amplos setores da burguesia brasileira, satisfeitos com ajustes mais ou menos superficiais do modelo, que permitissem uma inserção subordinada no projeto hegemônico norte-americano. Assim, “não havia nenhum

segmento significativo da burguesia brasileira realmente interessado em impedir o ingresso do capital estrangeiro em nosso país” (COUTINHO, 2006, p.182).

Esta situação coincide com uma mudança na inserção dos militares brasileiros, que se incorporam ao projeto de “segurança ampliada” dos Estados Unidos, de modo que “envolvidos pelas doutrinas racionalizadoras da guerra fria, os militares brasileiros entram numa fase de perplexidade que levará muitos à perda da noção de identidade (Furtado, 1968, p. 13). Analisando esse trecho de Furtado, Bolaño conclui:

O golpe militar de 1964 tem, portanto, raiz profunda nessa oposição entre uma classe média (civil e militar) que se recusa a identificar-se com os legítimos anseios da classe trabalhadora e das grandes massas populares, que poderiam constituir as bases de uma aliaça progressista capaz de viabilizar as reformas de que o país necessitava para avançaçar, mas que horrorizavam tanto às elites tradicionais quanto a ela própria, interessada agora na manutenção do quadro institucional e avessa, portanto, à inovação político-institucional (BOLAÑO, 2013, p.165)

Assim, se deu o golpe civil-militar, que depôs João Goulart (1962-64) - presidente articulado ao ideário nacional-desenvolvimentista, que vinha manifestando apoio às reformas, ao aumento da participação popular e a implantação do estado autoritário brasileiro (ORTIZ, 2006). Por fim, a vitória do segundo se concretizou por um “tipo de ação político-econômica inteiramente solidária a um esquema privado de acumulação”, uma vez que “se mostrou capaz de investir maciçamente em infraestrutura e nas indústrias de base sob sua responsabilidade, o que estimulou o investimento privado lhe concedendo generosos favores” (MELLO, 2002 p.118). O empresariado em articulação com os militares, beneficiário dos investimentos internacionais do capitalismo monopolista, se baseando na retórica de que era preciso “garantir o pleno funcionamento do mercado”, promoveu uma apropriação militar e violenta do Estado para realizar as modificações necessárias à articulação definitiva do Brasil à economia monopolista liberal (COUTINHO, 2006).

2.3. Capitalismo Monopolista e Indústria Cultural

Essa ação política teve reflexos diretos na organização da cultura uma vez que instaurado o golpe, as divergências políticas do nacional-desenvolvimentismo e ainda outras dissidentes, teriam forçosamente de ser suplantadas na batalha de ideias na sociedade civil, de modo que combinada à violência e à coerção, deveria ser implantada uma organização da cultura adequada ao novo projeto de poder.

Antes de examinar propriamente as estratégias da ditadura militar, é importante caracterizar o cenário político existente na época que antecede o golpe. Daquela década, tanto Carlos Nelson Coutinho (2006) quanto Renato Ortiz (2006) destacam a importância do papel da sociedade civil que, embora de caráter “seletivo, limitado e excludente” (COUTINHO, 2006) possibilitou o surgimento de uma hegemonia de esquerda, impulsionada por membros da classe média radical ou nacionalista, pelo operariado, por missionários católicos radicais, entre outros.

O projeto cultural em torno do qual se articulou a ideologia do nacional-desenvolvimentismo tinha contradições e, por certo, não abarcou o conjunto da produção artística e intelectual da época. A fase tem registros de publicações liberais como a Revista Anhembi, impulsionada por Paulo Duarte, um membro da elite ilustrada paulistana (MOTA, 1992), de movimentos comunistas a favor da revolução armada, que não se integraram ao movimento nacional-desenvolvimentista, e ainda outros de origem popular que continuavam se reproduzindo nas cidades, no campo e em seus locais de convivência desligados das produções intelectuais da classe média brasileira (FURTADO, 1984).

Na perspectiva do projeto do nacional-desenvolvimentismo, cultura e política estavam articulados para “diagnosticar os problemas da nação e apresentar um programa a ser desenvolvido” através da “busca pela autenticidade, de uma consciência crítica e independente” de modo que fosse possível “elaborar uma identidade que se contrapunha ao pólo dominador” e, por fim, “implantar as bases de uma política cultural segundo uma orientação reformista-conservadora” (ORTIZ, 2006, p. 65-71).

Entre os movimentos que integravam a base daquele projeto destacam-se o Centro Popular de Cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes, o Teatro de Arena, o Movimento de Cultura Popular do Recife, o setor cultural do Partido Comunista Brasileiro e a produção intelectual realizada no Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB). Dentre as expressões intelectuais, é notável o trabalho de Paulo Freire, atuante no CPC, de R. Corbisier, Hélio Jaguaribe e Celso Furtado, vinculados ao ISEB; além de Ferreira Gullar, Oduvaldo Viana Filho, Leon Hirszman e Gianfrancesco Guarnieri do Teatro de Arena, do CPC e do PCB (MOTA, 1990; ORTIZ, 2006; SCHWARZ, 2009), dentre outros.

A produção deste setor apresentou a perspectiva da tomada de “*consciência da dependência*” dos artistas e intelectuais do Brasil como forma de superar desde uma perspectiva reformista (ORTIZ, 2006, p.41) o quadro do subdesenvolvimento, conforme pode ser verificado na obra de Hélio Jaguaribe,

Cumpre-nos apenas preliminarmente, incorporar o que há de permanente no legado cultural do Ocidente e depois ter a capacidade de trabalhar sobre ele e estabelecer relações vivas entre a cultura ocidental e a realidade brasileira. Ainda que em pequena escala, temos vivido, até hoje, importando ideias da Europa. No plano da cultura, a falta de raízes a que aludi provém desse fato. As velhas gerações não influenciam as novas porque, estas, como o tinham feito aquelas vão se abeberar, diretamente no exterior. Hoje ainda é preciso fazer isso, mas a meu ver, se poderá fazê-lo sem os inconvenientes de outrora¹².

No trecho pode-se ver a percepção do intelectual sobre a *dependência* em relação ao ‘imperialismo’ e a necessidade de atuação do intelectual contemporâneo como agente de transformação política. Isto também estava na ordem do dia para os membros do CPC e do Teatro de Arena, para os quais o “*movimento cultural deveria ligar-se a massa cuja cultura encontrava-se dominada pelo imperialismo*” (idem).

Da perspectiva de ação política, deriva de imediato a questão dos intelectuais e da organização da cultura. Trata-se em última instância de secretar um corpo de intelectuais que possa organizar a cultura popular, mas não a cultura global, visto que aquela é definida em termos restritos, em contraposição à cultura alienada das classes dominantes (ORTIZ, 2006, p. 75).

Esse é o cenário das ideias hegemônicas no Brasil que, com a decadência ocorrida com o pós-guerra e o florescimento da democracia entre os anos de 45-64, aglutinou intelectuais e artistas numa perspectiva cultural de esquerda (SCHWARZ, 2004) com a qual os membros da ditadura tiveram de lidar e passaram a combater ao assumir o Estado brasileiro no ano de 1964.

Em seu conjunto, o movimento cultural desses anos é uma espécie de floração tardia, o fruto de dois decênios de democratização, que veio amadurecer agora, em plena ditadura, quando as suas condições sociais já não existem, contemporâneo dos primeiros ensaios de luta armada no país. A direita cumpre a tarefa inglória de lhe cortar a cabeça: os seus melhores cantores e músicos estiveram presos e estão no exílio (SCHWARZ, 2004, p. 53)

A estratégia do projeto cultural do regime resultou em duas linhas de ação que se integraram, uma realizada pela violência da sociedade política e outra direcionada à desmobilização do setor nacional-desenvolvimentista da sociedade civil brasileira.

A primeira é a “face aberta da política cultural vigente após 1964” (COUTINHO, 2006, p.54) que é o exílio e a perseguição aos grupos políticos, culturais e intelectuais vinculados ao projeto do nacional-desenvolvimentismo ou outros contrários ao regime visando minar a autonomia desses grupos, tendo sido radicalizado pela morte e tortura de muitos de seus representantes, rebaixamento geral de salários, inquérito militar nas universidades, dissolução

¹² Do texto “Pensamento e Vida no Brasil na Primeira Metade do Século XX”, publicado no Correio da Manhã, Suplemento Cultura Brasileira, em 15 de junho de 1951. Extraído do livro de MOTA (1990).

das organizações estudantis e censura. Por exemplo, “no Recife, o Movimento de Cultura Popular foi fechado em seguida e sua sede transformada, como era inevitável, em Secretaria de Assistência Social” (SCHWARZ, 2004, p. 21).

A outra, é voltada ao fortalecimento de aparelhos privados de hegemonia vinculados ao governo que, por seus interesses comuns deveriam construir um consenso alinhado ao projeto ditatorial. Marcados pela ideologia da integração e da segurança nacional, são exemplos tanto as empresas estatais, a Embratur (1966) e a Embrafilme (1969), quanto o crescimento acelerado de empresas privadas como a editora Abril e a TV Globo.

64 inaugura um período de enorme repressão política e ideológica, mas significa também a emergência de um mercado que incorpora em seu seio tanto as empresas privadas como as instituições governamentais. Durante o período 64-80 ocorre uma formidável expansão, a nível da produção, da distribuição e do consumo de bens culturais. É nesta fase que se dá a consolidação dos grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação de massa (ORTIZ, 2006, p. 84).

Essa política possibilitou a constituição de um mercado cultural de dimensão nacionalizada, responsável por um projeto cultural capitaneado pelas empresas culturais de comunicação e cultura (televisão, disco, etc) e favorecido pela solidariedade do Estado, investidor da indústria de telecomunicações e transportes.

Sob muitos e fundamentais aspectos, o golpe de 1964 – e a nova situação que ele instaurou no país – marcou um divisor de águas também na esfera da vida cultural. O ingresso do Brasil na época do capitalismo monopolista de Estado (CME) – ingresso facilitado e impulsionado pelo regime militar – trouxe alterações importantes na esfera da superestrutura, tanto no Estado em sentido restrito quanto no conjunto dos organismos da sociedade civil; e isso não poderia deixar de ter conseqüências no terreno da produção cultural (COUTINHO, 2006, p.53).

Isto significou, por seu turno, a centralização da organização da cultura nas empresas privadas com destaque para a TV Globo, o que implicou, por sua vez, na cessão da prerrogativa da mediação cultural para o setor privado (BOLAÑO, 2012). Nesta dinâmica coube ao empresariado do setor cimentar a ideologia do regime que durante todo o período se manteve como do núcleo dinâmico da Indústria Cultural brasileira.

O cerne do projeto cultural do regime militar situava-se, justamente na política de comunicação, que se articulava em torno de dois eixos: a unificação do mercado nacional através de uma sofisticada infraestrutura de telecomunicações controlada pelo Estado, necessidade, por certo, do próprio processo de acumulação de capital, o que exigia mobilizar os mecanismos da publicidade, mas também os da propaganda, sob o controle, desta vez, de um oligopólio altamente concentrado, sob a liderança de uma empresa com vinculações

nacionais e internacionais que iam ao encontro do projeto de modernização conservadora do regime (BOLAÑO, 2004, p.156)

Assim, a Indústria Cultural implantada no Brasil pôde atender às duas funções gerais, estudadas no capítulo 1, inerentes a essa forma de comunicação de massa no capitalismo monopolista, dinamizando a publicidade, fundamental para a circulação das mercadorias produzidas nas indústrias de bens de consumo diferenciado e garantindo a função propaganda, necessária a sustentação do regime. Por fim, em 1968, com a implantação estatal do Sistema Nacional de Telecomunicações, da Rede Nacional de Microondas da Embratel e do sistema de transmissão via satélite pode-se constituir uma audiência numericamente massiva e integrada em nível nacional. Tem-se, a partir disso, uma mudança radical no campo cultural que será hegemonizado pela Indústria Cultural monopolista e em seus diferentes setores, organizados sempre sob a forma de oligopólio.

Produção cultural, trabalho e padrão tecnoestético da TV Globo

No que se refere ao trabalho cultural, Ridenti (2014, p.286) lembra que

No princípio dos anos 1970, sob o governo Médici quando se consolidou o processo de modernização conservadora da sociedade brasileira, a atuação dos artistas de esquerda foi marcada por certa ambigüidade: por um lado, a presença castradora da censura e a constante repressão a quem ousava protestar, que implicou a prisão e o exílio e até mesmo a morte de alguns deles; por outro lado, cresceu e consolidou-se uma indústria cultural que deu emprego e bons contratos aos artistas, inclusive aos de esquerda com o próprio Estado atuando como financiador de produções artísticas.

Outras produções culturais, contudo, continuam se desenvolvendo desvinculadas da indústria hegemônica como foi o caso da pornochanchada, do cinema super-8, das artes plásticas, do teatro independente, da literatura, das rádios comunitárias, dos movimentos culturais ligados às Comunidades Eclesiais de Base (CEB), entre outros que, por sua própria desvinculação ao aparato ditatorial, sofriam diferentes níveis de repressão política e policial.

Seria absolutamente equivocado ignorar a presença da corrente nacional-popular, ou mais amplamente, de uma corrente cultural de oposição democrática durante os anos de regime militar. O que de mais expressivo se criou nessa época – do *Insquisitorial* de José Carlos Capinam ao *Poema sujo* de Ferreira Gullar, do *Quarup* de Antônio Callado à *Gota D'Água* de Paulo Pontes e Chico Buarque, da *Revista Civilização Brasileira* às pesquisas do grupo Cebrap [...] Essa postura, em muitos casos, foi além do engajamento desses intelectuais enquanto cidadãos, envolvendo também a sua produção cultural como tal (COUTINHO, 2013, p. 57)

Novamente aqui é necessário fazer um recorte na análise, vista a amplitude de contradições que se impõe com essa nova configuração. Como o que nos interessa mais de perto

é o exame das determinações da organização cultural impulsionada pelas classes dirigentes para observar como a “questão cultural” se expressa na fase do capitalismo monopolista, centralizaremos a análise na produção daquela emissora que é eixo dinâmico da forma de comunicação do período. Buscando expor, de maneira breve, como se deu no caso brasileiro a gestão do conhecimento do trabalhador cultural no interior do processo de racionalização produtiva da cultura e sua relação tanto com os aspectos concorrenciais, quanto com as implicações do processo de mediação da sociedade.

Com as condições políticas e concorrenciais favoráveis, e gozando de um alto poder de investimento, a empresa iniciou em 1965 sua estratégia de implantação e consolidação no mercado brasileiro. Sua fase inicial é marcada pela programação popularesca, que buscou conquistar uma audiência massiva. Uma vez definida sua posição na liderança, avançou para uma segunda ação que foi a diferenciação da programação por uma estratégia auto-denominada “Padrão Globo de Qualidade” (BOLAÑO, 2000, p. 231).

Do modelo de produção televisiva implantado pela emissora, destaca-se ainda um tipo de comercialização que inverteu a relação anunciante-empresa, marcada anteriormente, por um alto poder de decisão do patrocinador na produção televisiva. Isto ampliou a autonomia da emissora em relação aos programas e serviços culturais ofertados, uma vez que passou a negociar não mais os espaços televisivos, mas sim, a audiência, que se converteu na sua principal mercadoria. (BOLAÑO, 2004, p. 119). No plano da disputa concorrencial, a emissora foi ainda favorecida pelo fechamento, por ação do regime, das fontes de financiamento daquela que poderia ter sido potencialmente sua concorrente, como a TV Excelsior, que era ligada ao Grupo Simonsen, contrário ao regime militar e vinculado politicamente a João Goulart. (idem, p.107).

Uma vez estabelecida sua posição de liderança, “dá-se uma reviravolta total na estratégia de programação da Globo” que buscou ampliar e afirmar sua posição no mercado concorrencial consolidando um “inconfundível padrão de qualidade”, cujo investimento econômico demandaria um capital de vulto, não acessível para as outras redes. A opção estratégica pela qualificação da programação, que resultou no *marketing* do auto-denominado “Padrão Globo de Qualidade”, significou a consolidação de um padrão tecnoestético que lhe garantiu uma distinção e uma diferenciação, permitindo uma posição privilegiada no setor (BOLAÑO, 2004, p. 117).

Para implementá-lo, contudo, foi necessário mais do que o suporte da tecnologia moderna e o *know-how* da gestão norte-americana de onde veio boa parte de seu capital inicial. Foi preciso investir na contratação de trabalhadores culturais do país que pudessem, essencialmente,

qualificar os conteúdos trazendo experiências gestadas no campo cultural brasileiro da época e dispondo de seu conhecimento para a criação de novos formatos. Seria possível assim, promover a mudança do paradigma *popularesco* vigente nas TV da época e na própria Globo, formando uma nova audiência, identificada com o padrão de produção que era justamente a grande fonte de barreiras à entrada que dificultava o avanço da concorrência efetiva ou potencial. Com as facilidades dadas pela nova institucionalidade, a Globo acabou por constituir seu padrão, em paralelo à construção do gosto e dos hábitos da audiência (BOLAÑO, 2000, p. 239).

Nos anos 70, o investimento na contratação dos trabalhadores culturais já correspondia a 60% do orçamento da TV, envolvendo aproximadamente 27 mil pessoas.

Esse exército de trabalhadores - artistas, técnicos, cenógrafos, costureiras, intelectuais, gente enfim – é a matéria prima dessa indústria. Assim como a farinha de trigo é a matéria-prima de uma fábrica de espaguete. Gente portanto na Central Globo de Produção, de onde saem as novelas, os *shows* e os telejornais, é o que custa mais caro (ALMEIDA FILHO, 1976, p. 13)

A capacidade econômica de investir em *gente*, na verdade, se expressou na capacidade estratégica que a empresa implementou de gestão do conhecimento do trabalho cultural e sua submissão às demandas produtivas expressas nas funções publicidade e propaganda.

Isto possibilitou que o conhecimento de um grupo de trabalhadores culturais fosse apropriado e internalizado nos processos de aprendizagem do conjunto do corpo técnico, profissional e intelectual da emissora, possibilitando a constituição do padrão tecnoestético. Com isso, a TV Globo, já nos anos 70 consolidou uma liderança que só teve modificações significativas a partir de 1995, se mantendo até hoje como hegemônico no conjunto da Indústria Cultural brasileira.

Em paralelo à necessidade de contratação desses trabalhadores para o implemento de sua estratégia, ocorria, por força da ditadura, uma brusca eliminação de outros espaços de escoamento da produção cultural, sobretudo com o sistema de censura implantado a partir do Ato Institucional No. 5 (AI-5), justamente no ano de 1968, quando também a TV se nacionaliza graças à infraestrutura de comunicações implantada. A censura e a perseguição de grupos culturais desapropriaram artistas e trabalhadores das instâncias de intermediação com o público e, por outro, despossuídos dos meios de trabalho, puderam se constituir como mão de obra para a formação da Indústria Cultural que demandava a contratação desses trabalhadores para se estruturar (ALMEIDA FILHO, 1976).

A partir de então, a organização cultural hegemônica passa a se realizar na racionalização própria da indústria televisiva. Nesse contexto, a Indústria Cultural, centralizada na TV Globo, se converteu em um dos principais mercados de produção cultural também do ponto de vista do trabalho. A conjunção dessas determinantes levou a Indústria Cultural brasileira a uma situação quase que de exclusividade para o trabalhador cultural, que podia realizar trabalhos não remunerados em outros âmbitos, mas estavam amplamente despossuídos das condições de trabalho, necessários à sua subsistência, e ainda expostos à tensão da perseguição da censura. A partir de então,

A divulgação da cultura requer um “capital mínimo” (Marx) impensável em épocas anteriores, quando predominavam métodos que poderíamos chamar de artesanais ou semiartesanais. Desaparece assim em grande parte a possibilidade para o produtor de cultura, de manter-se autônomo e, como tal, independente; de profissional liberal, o produtor de cultura torna-se cada vez mais assalariado de grandes empresas, submetido, em última instância à “lógica” do lucro máximo e às exigências anticulturais de tais empresas. (COUTINHO, 2013, p. 56).

Este contexto favoreceu, no caso brasileiro, a gestão do conhecimento do trabalho cultural na indústria, possibilitando aquela dupla estratégia de gestão desse tipo de trabalho já explicitada no capítulo primeiro.

Por um lado, a TV procedeu à contratação de artistas que já haviam despontado em outras emissoras, se apropriando-se de um conhecimento já internalizado pela economia televisiva, do qual o programa de auditório é a melhor expressão, e incorporando para sua dinâmica interna uma aprendizagem já codificada pelos trabalhadores culturais da época. Isto permitiu que se implementasse uma programação já validada pelo público e montada com artistas que já possuíam uma audiência consolidada, submetendo não só o trabalhador, como também seu diálogo com aquela massa da população.

São exemplos dessa estratégia, a contratação de um conjunto de “vedetes” como Dercy Gonçalves (*Dercy Espetacular*, 1966-1967 e *Dercy de Verdade*, 1967-1970), Raul Longras (004 *Longras*, 1967-1969), Chacrinha (*Buzina do Chacrinha* e *Discoteca do Chacrinha* 67-69) e Jacinto Figueira Jr (*O Homem do Sapato Branco*, 68-69). Esses artistas implementaram a programação tipo ‘popularesca’, dos programas de auditório e competição de calouros, quando do início das transmissões da emissora (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 110). Face às duras críticas que esse padrão ensejava sobre sua “baixa qualidade”, houve uma pressão para que houvesse uma mudança na programação, o que beneficiaria a estratégia de implementação do citado “padrão” da Globo.

Na verdade, essa transformação do padrão estava ligada a outros objetivos, como por exemplo, a necessidade de diferenciação do serviço cultural televisivo, meio pelo qual se dá a concorrência do setor. Essa mudança, ademais de “agradar” a opinião pública da época, possibilitaria que a TV Globo constituísse seu padrão tecnoestético e instituísse as barreiras à entrada de suas concorrentes, a partir do estabelecimento de uma programação demandante de alto poder de investimento, o que por fim, garantiria o corolário da liderança e do quase monopólio da produção cultural brasileira (BOLAÑO, 2004).

Diante da mudança de estratégia que implementaria a diferenciação, aqueles apresentadores dos programas de entretenimento foram afastados. Em 74, Edwaldo Pacote, assessor da direção comercial da emissora destacou:

a fase das vedetes, do programa feito em torno de uma pessoa só está ultrapassada. Chacrinha, Dercy Gonçalves, Raul Longras tiveram um papel importante na nossa linha de programação. Mas, não tínhamos o telejornalismo, as novelas, a equipe de profissionais que temos hoje. Agora, os programas são feitos em equipe: essa é a tendência¹³.

O destino desses trabalhadores foi diverso, uns demitidos (como o próprio Chacrinha, posteriormente recontratado) e outros deixados esporadicamente na grade, como é o caso de Sílvio Santos, que manteve um programa de caráter popularesco aos domingos, que “se afinava com uma transição não radical que a Globo buscava” (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 122).

Entre os marcos dessa mudança da programação, o destaque é principalmente para a teledramaturgia da década de 70, que representou uma renovação estética da TV a partir de uma *modernização televisiva* (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 123). Nesse caso, a experiência já gestada por dramaturgos e teatrólogos naquela sociedade civil pré-ditatorial foi apropriada pela emissora através da contratação daqueles trabalhadores que não haviam sido nem presos nem exilados, inserindo-os em dinâmicas de aprendizagem geridas pela empresa.

É importante ressaltar que nesse processo, a TV Globo passou a contar com novos profissionais – entre os quais, estavam artistas e intelectuais de esquerda – e a vincular sua marca a esses nomes, garantindo a adesão de um público culturalmente mais distinto. [...] Esses profissionais mantinham um estreito diálogo com o gosto dos setores médios escolarizados do público que a emissora procurava agora alcançar (idem, p.124)

¹³ Recolhida em RIBEIRO e SACRAMENTO (2010, p.123). Originalmente divulgada na entrevista ‘Portas Fechadas’, em Veja, 5 de junho, 1974

A incorporação desses trabalhadores possibilitou que realizassem na emissora aquilo que a ditadura impedia que eles fizessem de maneira auto-organizada fora dela, atendendo a múltiplas demandas do capitalismo monopolista da época: i) constituir o produto cultural em si para montar a programação massificada, ii) produzir a mercadoria audiência, cuja comunicação importava tanto ao Estado quanto às empresas produtoras de bens diferenciados, e, ainda, iii) integrar um grupo de intelectuais que divergiam das políticas implementadas pelo Estado ditatorial, abrigando-os no interior do processo produtivo cultural implementado pelo regime, e submetendo suas contradições ao controle tanto da ditadura, quanto da lógica capitalista da cultura.

Isto possibilitou a diferenciação da programação, a partir da codificação de um conhecimento tácito e sua conversão em um produto cultural renovado, que foi a constituição das telenovelas nos moldes que passam a se constituir na emissora, que conservaram o padrão narrativo clássico mas renovaram suas tramas e temáticas (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 125).

Da perspectiva da mediação, as telenovelas foram fundamentais “ao tentar dar conta do universo dos conflitos políticos no Brasil” e se constituíam como um espécie de “manual da cidadania”, que “revela um modo de existência e se oferece como um tratado técnico que permite ao leitor comum interpretar o mundo em que está situado e dessa forma enunciar “corretamente” a solução para seus problemas vitais” (NETO e JÚNIOR, 1986, p.89). Como se pode observar, a perspectiva ideológica segue sendo aquela de constituir uma “realidade iminente” do Brasil (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 125), uma vez que ainda fazia parte da estratégia ditatorial ‘constituir o Brasil e integrá-lo nacionalmente’ tal como havia sido iniciado na era Vargas, salvaguardando uma “identidade que se encontra definida pela história” (ORTIZ, 2006, p. 100)

A partir disso, a produção cultural hegemônica permanece orientada por uma estratégia de conformação nacionalista, buscando se “referir ao cotidiano e à realidade brasileira” através da “novela verdade” (RIBEIRO e SACRAMENTO, 2010, p. 125), “a trama se ancorava tanto nas inovações narrativas quanto na representação realista trazendo para a história traços e fatos de reconhecida existência (e de fácil identificação) no tempo de sua exibição” (idem).

A telenovela foi a inovação possível, primeiro porque podia ser produzida a partir dos trabalhadores culturais brasileiros que haviam desenvolvido *know-how* no teatro (idem) e que já possuíam um vínculo simbólico com parte do público, depois porque o gênero em si, como

mostra MARTIN-BARBERO (1995) possibilita um reconhecimento do ‘povo’, até então pouco difundido pelos processos culturais.

Desta estratégia se destacam “figuras como Dias Gomes, Ferreira Gullar, Gianfrancesco Guarnieri, entre outros que, além de encontrarem proteção, viram a TV como uma continuidade programática, acreditando que era uma forma de falar com o povo” (ROCHO e SACRAMENTO, 2013, p.20). Opção, por certo, criticada por outros setores de esquerda que se mantiveram fora da estrutura midiática, sofrendo, por isso, as devidas consequências.

A contratação desses trabalhadores culturais não foi aleatória. Seu papel mediador com a classe média da época (RIDENTI, 2014, p.286) foi fundamental na escolha daqueles que comporiam a programação, visto que antes e durante a fase inicial do processo ditatorial (64-69), predominava na sociedade brasileira uma ‘hegemonia de esquerda’ (SCHWARZ, 2009). A programação voltada para o diálogo com aquele setor, em uma época de regime ditatorial, garantiria certo ‘consenso’ (possibilitado, verdadeiramente pela repressão policial) entre a população frente ao regime, e seria fundamental na dinamização das vendas de bens diferenciados, que se dirigia a essa camada da população.

Embora buscando públicos sempre massivos, o diálogo de maior interesse para a emissora era justamente com a classe média, que tinha o poder de compra que interessava para a gestão da publicidade, consolidando tanto seu modelo baseado na função publicidade, quanto seu poder de mediação, cumprindo assim também a função propaganda, que era a exigência fundamental do regime.

De caráter seletivo, essa contratação deixou de fora outros produtores culturais da época, cujo trabalho artístico divergia muito diretamente dos interesses do sistema ditatorial ou da programação televisiva, para os quais, aliás, não interessava ocupar o espaço midiático tendo “estrategicamente se colocando à margem do que acontece nos canais ditos *normais*, negando-se a fazer parte desses com o intuito de efetivar tais práticas” (COELHO, 2010, p.207).

Seja como for, o fato é que o momento de renovação da produção televisiva dos anos 70, quando se estabelece o padrão tecnoestético da TV Globo e se constituem as barreiras à entrada contra suas concorrentes, só é possível pela submissão de trabalhadores culturais ao seu aparato, o que possibilitou, em consequência, a apropriação e internalização do conhecimento de profissionais e artistas muitos dos quais de esquerda, ligados aos projetos de transformação social e formados no debate nacional-desenvolvimentista da fase precedente.

Enfim “artistas comunistas, ou imbuídos do sentimento romântico-revolucionário compartilhado na década de 1960, se envolveram com a televisão no contexto dos anos 1970 e atuaram, de modo planejado ou não, como mediadores culturais” (ROCHO e SACRAMENTO, 2013, p. 31), a serviço, deve-se acrescentar, do projeto cultural hegemônico que a Globo encarnava.

Desta forma, o aprendizado já constituído pelo campo cultural brasileiro da época foi apropriado pela emissora e submetido a um processo de trabalho que possibilitou uma inovação, que se tornou um ativo intangível da empresa, sinônimo de qualidade. Isto foi por fim, o que possibilitou o desenvolvimento de um padrão altamente competitivo e hegemônico, que lhe garantiu a fidelização de uma audiência, que já se encontrava vinculada, mesmo que em menor grau, com aquela produção cultural que passou a ser desenvolvida no interior da emissora¹⁴.

Dando continuidade à reflexão combinada entre os modos de cultura e produção econômica, saltar-se-á para os anos 90, década em que se aprofundam as dinâmicas da reestruturação produtiva no caso brasileiro instituindo uma nova fase para a reprodução econômica do capitalismo no Brasil.

Para a compreensão da questão cultural nos dias atuais, importa o fato de que a estratégia da ‘questão cultural’ expressa, no caso aqui apresentado, naquela programação baseada na apresentação de uma ‘realidade brasileira’ em torno de uma integração da “identidade nacional” e de um “nacionalismo cultural” - vigente durante todo o período que vai dos anos 70 até os anos 90 (ROCHA, 2013) – será paulatinamente substituída por uma outra lógica cultural, em que se observa o surgimento do “valor da “diversidade” em contraposição ao nacionalismo” (idem, p.566).

2.4 Notas sobre reestruturação produtiva, diversidade e cultura

A crise estrutural do capitalismo iniciada nos anos 1970 representa um momento de transição, em que se destaca a constituição de um novo padrão tecno-produtivo (PEREZ, 1986), ancorado na economia do conhecimento, na digitalização e nas Tecnologias da Informação e da Comunicação, impactando todos os setores da economia e dos processos de trabalho. Assim, por sua vez, os processos produtivos passam a demandar uma intelectualização generalizada do

¹⁴ O tema é bastante complexo e está largamente amparado pela pesquisa acadêmica brasileira, que tem se dedicado a compreender o processo de contratação do trabalho cultural e de sua mediação pela indústria (ver RIDENTI, 2014 e a ampla revisão de literatura que apresenta).

trabalho, ao mesmo tempo em que o trabalho intelectual relativamente autônomo passa por um extenso processo de subsunção (BOLAÑO, 2002) nesta fase, marcada pelo esgotamento do padrão de acumulação industrial fordista sob o comando do capital financeiro (CHESNAY, 1996)

Altera-se, por um lado, a relação capital/trabalho impondo-se a lógica da acumulação flexível (ANTUNES, 2010), ao passo que novas exigências são feitas ao trabalhador, centradas nesta fase na cultura e na criatividade, vistos como meios para a obtenção de competitividade das empresas, provocando uma “intellectualização geral dos processos produtivos” (BOLAÑO, 2002) e uma “culturalização da economia” (BRAGA, 2013, p.2). Assim, fazendo

emergir uma nova racionalização, imanente às novas tecnologias, cujas exigências são o conhecimento, a qualidade e a diferenciação dos produtos na concorrência do mercado, ao mesmo tempo que se impõe a formação de trabalhadores com uma melhor Educação básica, conhecimentos mais abrangentes do processo produtivo e domínio da organização (BRAGA, 2013, p.2).

As mudanças no padrão de acumulação do capital exigirão integrar, o mais rápido possível, o conjunto dos trabalhadores que haviam sido formados no padrão fordista de produção aos quais se impunha exigências bem distintas das que se impõe hoje (ANTUNES, 2010).

Para preparar essa outra força de trabalho, o Estado e as empresas têm implementado estratégias que vão desde a expansão do ensino superior e técnico, até o financiamento da formação dos trabalhadores a partir das empresas (BRAGA, 2009), passando pelo investimento nas políticas de economia criativa (LOPES e SANTOS, 2011) e a instauração de discursos midiáticos de “valorização do trabalho” e do trabalhador. Iniciativas que, em essência, objetivam o consentimento dos trabalhadores para que se articulem rapidamente a essa dinâmica (BRAGA, 2009; FRIGOTTO, 2010).

Assim, a expansão das TICs implica na combinação da produção tradicional com os setores de serviços e da inovação, o que provocará a instauração de estratégias culturais que visem estimular o papel da cultura como recurso competitivo e produtivo centrando a base desta a serviço do capital. “Para estimular a produção do consenso, os conteúdos culturais tem agora um papel essencial no processo de aceitação das novas tecnologias pelo público em geral e no desenvolvimento de cibercompetências e de competências empresariais” (BRAGA, 2015, p. 7).

Por outro lado, na perspectiva própria da questão cultural, são aprofundadas as estratégias de segmentação e diferenciação (típicas do capitalismo monopolista e radicalizadas nesta fase)

que passam a demandar produtos culturais cada vez mais heterogêneos, impactados pelo fluxo mundial de cultura, acirrando as disputas intersetoriais, dando ênfase à diversidade na produção cultural, que tende a uma maior segmentação, mesmo preservando a lógica massificada da Indústria Cultural. A microeletrônica, por sua vez, possibilita uma dispersão das tecnologias e um barateamento dos custos de equipamentos de produção (PEREZ, 1986), que embora não alterem a tendência concentracionista do mercado cultural (SANTOS, 2014; VARJÃO, 2014), impõem lógicas cada vez mais segmentadas e diversificadas de produção.

O conjunto dessas determinantes impele a substituição de mecanismos de coesão social baseados, principalmente, na ideologia das identidades nacionais por outros, fundados na *diversidade cultural*. Assim, a reestruturação demandou um novo pacto cultural, uma vez que a “extensão, em escala mundial, de mercados, dinheiro, sistemas de informação e consumo” desestabilizou aquele outro centrado nas identidades nacionais, que com o “enfraquecimento da capacidade dos sistemas democráticos de gerar sentimentos de pertencimento a coletividades mais abstratas” tem gerado uma nova identificação baseada no conceito da diversidade e da ênfase nas diferenças individuais (MONTERO, 2013, p.15)

Nessas condições, a concorrência nas indústrias culturais demandará outra dinâmica de internalização da aprendizagem e apropriação do trabalho cultural, buscando a diferenciação da programação com impactos sobre os padrões tecno-estéticos que se diversificam, expandindo os produtos para uma variedade de nichos de mercado.

No caso da Globo, interessa destacar o segmento da emissora que se direciona à exploração do consumo da periferia, em que se observa uma estratégia de “visibilidade afirmativa” (ROCHA, 2012) de algumas identidades que foram genericamente excluídas pela ‘identidade nacional’ e que, a partir de então, serão visibilizadas e ‘valorizadas’ para subsidiar o discurso de diversidade. Para compreender como essas determinações se expressam no conjunto da produção cultural hegemônica procurar-se-á demonstrar como programa o *Esquenta!* socializa visões de mundo que são adequadas às exigências do capital desta fase, ao passo em que é importante para TV Globo como estratégia de diferenciação em um mercado cultural cada vez mais diversificado.

3 Programa Esquenta

A posição privilegiada da emissora se mantém durante as décadas de 70 e 80 com uma audiência massiva relativamente homogênea, tornando-se espaço privilegiado para a reprodução da publicidade e da propaganda no capitalismo brasileiro. Sua condição de hegemonia sobrevive o fim da ditadura, mesmo enfrentando a oposição de alguns setores da sociedade civil, que reivindicam mecanismos democráticos de regulação da radiodifusão (ROCHA, 2012). Mudanças mais significativas começarão a ocorrer a meados dos anos 90, ainda que a tendência à segmentação já estivesse posta nos anos 1980 (BOLAÑO, 1988), com a oligopolização da TV segmentada quando se inaugura a fase da multiplicidade da oferta (BRITTOS, 2001).

Para entender a diversificação que vem sendo implementada pela emissora nos últimos anos e, especialmente o esforço, que interessa aqui mais de perto, em consolidar na TV de massa uma audiência localizada em setores quem vem sendo chamados de “nova classe C”, será realizado um recorte de análise centrado no programa *Esquenta!*, buscando comprovar a hipótese de que a ocorrência desse produto cultural está organicamente vinculada às demandas da reestruturação produtiva do capitalismo no Brasil.

É ocioso repetir que este trabalho se refere explicitamente às estratégias das classes dirigentes e investiga, desde sua perspectiva, os interesses que impulsionaram uma organização cultural orgânica a sua reprodução. Nesse sentido, a explicação para a constituição do Programa *Esquenta* será buscada a partir daquelas determinações gerais das indústrias culturais, que funcionam dinamizando a publicidade e a propaganda no capitalismo a partir da subsunção do trabalho cultural.

Para tanto, serão apresentadas algumas determinantes identificadas ao longo desta pesquisa que possibilitaram o reconhecimento deste produto como tal. Também serão apresentados os processos de trabalho que possibilitaram sua constituição. E, por fim, concentra-se o exame nas especificações em torno da mediação que realiza este programa.

Características gerais

O *Esquenta* tem exibição aos domingos entre 12h30 e 14h, compondo uma faixa de horário disputada pelas emissoras de rede aberta. Teve início em 2011, com exibições no verão, e em 2013 passou a ser exibido semanalmente. Substituiu na grade de programação o humorístico *Programa do Didi* e compete em audiência com o SBT, que veicula o *Programa da Eliana* e com a Record, que veicula o *Domingo do Faro*, apresentando por Eliana e Rodrigo

Faro, respectivamente. Ambos programas de auditório de formato tradicional, com apresentador âncora.

O *Esquentar* também agrega as especificidades já conhecidas de um programa de auditório, gênero televisivo de maior apelo popular: plateia e interação, jogos com premiações, improviso. Para participar é necessário inscrever-se com antecedência no *site* do programa. Os convidados da plateia, ao chegarem recebem almoço e, ao saírem, um lanche. Alguns membros do público são previamente convidados a participar de quadros da programação e, nota-se que, para participarem, podem optar por serviços de cabelereiro, maquiagem e figurino.

O programa é a primeira encomenda feita pela TV Globo ao Núcleo Guel Arraes (NGA), que até então, havia produzido no interior da emissora projetos isolados que entraram sazonalmente na programação, como a série *Cidade dos Homens* (2002) e o episódio *Palace II* (2000) da série *Brava Gente*. O elenco que aparece na tela do *Esquentar!* é composto principalmente por trabalhadores culturais oriundos da periferia, tem a direção do antropólogo Hermano Vianna e apresentação de Regina Casé.

Antes de avançarmos, especificamente na análise sobre o trabalho e os trabalhadores que o compõe, é importante destacar as condições concorrenciais que possibilitaram que a estratégia que o programa representa adquirisse importância.

3.1 A TV de massa na Fase da Multiplicidade da Oferta

O ano de 1995 define uma nova configuração para o mercado brasileiro de televisão aberta, pois é quando se expande o mercado de TV segmentada e outras janelas de exibição se popularizam como a internet e a telefonia 3G. Isto provocou a migração do público com maior capacidade econômica para aquelas mídias, reduzindo a participação da audiência da TV Globo e alterando o perfil da programação que, a partir de então, se volta para uma audiência mais popular (BRITTOS, 2001).

A conformação desta programação popular, por outro lado, está ligada às modificações observadas no perfil do público da TV aberta. Este que ganha importância e simpatia dos anunciantes com a chegada dos anos 2000 em detrimento do recente processo de inclusão pelo consumo, realizado no governo Lula, que amplia o poder de compra desta audiência. Assim, a partir de então, se observa que “a visibilidade dos pobres se fez notar com muita força no

cinema, na TV e na música, tanto na produção sustentada pelo mercado quanto nas políticas culturais do governo federal” (ROCHA, 2013, p. 572).

Para preservar sua capacidade de inserção e legitimação entre o público que compõe esta audiência na fase da Multiplicidade da Oferta, a empresa (que, aliás passa a controlar também a fatia principal da TV segmentada para onde se dirigiu a grande parte da população das casses A e B) tratará de implementar novas estratégias de mercado na TV de massa, cujo objetivo será reacomodar a programação para atender a esse perfil de público. Ou seja, a programação passará a voltar-se, crescentemente, para a faixa de audiência com menor poder aquisitivo, setor que até esse momento contava como número, mas importava menos da perspectiva dos anunciantes, visto sua baixa capacidade de compra (ROCHA, 2013).

Do ponto de vista econômico, desde o Plano Real, os segmentos do mercado situados mais abaixo na pirâmide passaram a contar decisivamente para as empresas, provocando uma corrida por este tipo de audiência na TV e no setor publicitário, processo intensificado no começo do século XXI pelo aumento dos níveis de emprego, do valor do salário mínimo e pelas políticas sociais. (ROCHA, 2013, p. 572)

A inclusão pelo consumo se ampliou com o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva a partir das políticas de ampliação do crédito e de transferência de renda (PORCHMAN, 2014), e levaram a um aumento do interesse pelo segmento de mercado constituído por esse setor populacional ampliando, graças ao incremento limitado de sua capacidade de compra, sua importância na dinamização das vendas de bens de consumo diferenciados. Assim, com novas estratégias de *marketing*, os anunciantes passam a investir no “fenômeno da nova classe C”¹⁵ e o mercado de televisão adapta-se ao novo contexto implementando, especialmente no que interessa aqui, modificações na programação da TV aberta.

Os benefícios reais/formais desse tipo de política de inclusão pelo consumo estão no centro do debate político atual¹⁶, constituindo um amplo campo de reflexão que, por sua vez, está relacionado com um processo de “modernização conservadora” de caráter neoliberal no país (COUTINHO, 2006, p. 193), e para o qual a dimensão ideológica da categoria “classe média”,

¹⁵ Ver a esse respeito o depoimento de Luiza Trajano proprietária do Magazine Luiza, em “Magazine Luiza destaca classe C em estreia na Bolsa”. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/mercados/noticias/magazine-luiza-destaca-classe-c-em-estreia-na-bolsa>

¹⁶ Para posicionamentos distintos, verificar os seguintes autores: PORCHMANN, Márcio. **A nova classe média?** Coleção Mundo do Trabalho. Boitempo Editorial, 2012: Para perspectivas distintas checar NERI, Alexandre. **A nova classe média. O lado brilhante da pirâmide**. Ed. Saraiva, 2012;; MEIRELES, Fernando. ATHAÍDE, Celso. **Um país chamado Favela**. Ed. Gente, 2014

cumpra ainda a necessidade da adesão desse setor populacional ao mundo do trabalho/consumo em reorganização.

Caracterizações da nova “classe média”

De acordo com a pesquisa¹⁷ “Fases da Classe Média”, realizada pelo Instituto Data Popular¹⁸, a renda *per capita* da “classe C” varia entre R\$ 320 e R\$ 1.120 reais. Essa parcela da população corresponde a 53% dos habitantes do país, e, pela sua dimensão, importa tanto às empresas produtoras de bens para esse setor, quanto ao Estado. A dimensão de sua importância pode ser verificada na mobilização dos setores públicos e privados em torno da demanda por pesquisas direcionadas à compreensão de seus padrões de consumo e comportamento (idem)¹⁹.

Este é o caso, por exemplo, do Instituto Data Popular, produtor de alguns dos dados aqui apresentados. O instituto presta assessoria à Globo, ao SBT, à Record, à TV Cultura, ao governo federal, às lojas varejistas como Magazine Luiza, C&A, Carrefour, WallMart e Marisa, além de empresas de cartão de crédito como Mastercard, Elo, Cielo, à Federação Brasileira de Bancos e ao Google²⁰. Os dados produzidos pelo instituto para essas empresas, conforme consta em seu *site* institucional,²¹ têm o objetivo de orientar a tomada de decisões para atender a um público localizado na base da pirâmide social, que, até então, interessava pouco às instituições – visto seu baixo poder aquisitivo – e ao Estado.

Com as modificações que ocorrem, uma fatia do mercado passa a se interessar por esse público, o que exige modificações na programação daqueles veículos de comunicação de massa que divulgam a publicidade necessária para a dinamização das vendas. Assim, a TV Globo na fase da multiplicidade da oferta se voltará para a constituição de uma programação orientada

¹⁷ Aqui, como o objetivo trata-se de compreender a dinâmica da TV Globo, será utilizado um instituto que faz recomendação às empresas na perspectiva da concorrência voltada para o setor, o Data Popular e seu braço institucional, o Data Favela. A faixa de renda definida pela Faculdade Getúlio Vargas (FGV) da classe C é diferente e varia entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591

¹⁸ O Data Popular “é um instituto de pesquisa de mercado e opinião pública que desenvolve consultorias na área de inovação e marketing para mercados emergentes. É hoje referência absoluta no conhecimento sobre as classes C, D e E.[...] O Data Popular fez parte da comissão da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, que estudou as transformações recentes ocorridas no país”. Disponível em <http://noticias.serasaexperian.com.br/dados-ineditos-da-serasa-experian-e-data-popular-revelam-fases-da-classe-media-que-movimenta-58-do-credito-e-injeta-r-1-trilhao-na-economia/>. Já o Serasa Experian, “é líder na América Latina em serviços de informações para apoio na tomada de decisões das empresas. No Brasil, é sinônimo de solução para todas as etapas do ciclo de negócios, desde a prospecção até a cobrança, oferecendo às organizações as melhores ferramentas [...] A Experian plc está registrada na Bolsa de Valores de Londres”.

¹⁹ Vide Vozes da Classe Média (2012, Ed. Marco Zero), produzida pela SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SAE), através da Comissão para definição da classe média no Brasil

²⁰ Disponível em <http://www.datapopular.com.br/referencias/>. Acesso em 20 de novembro de 2014

²¹ Idem nota 26

para essa “nova classe média”, visando preservar sua posição no mercado que se configura, situação, aliás, em que suas barreiras à entrada são naturalmente rebaixadas.

Para implementar essa estratégia de mudança da programação, será necessária uma renovação e diferenciação do padrão tecnoestético consolidado, que, nesta fase, dá sinais de inadequações às novas condições. No caso em exame, uma série de experimentos constituídos nas décadas anteriores serão utilizados como estratégia, o que permitirá a produção de novos produtos televisivos, que terão como foco o diálogo com este setor populacional e cujo o *Esquenta!* é parte fundamental.

Na “faixa nobre” (19h - 22h), a estratégia diante dessa “classe média” teve início no ano de 2012, com o lançamento das novelas *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil* (MACEDO, 2013). Embora os experimentos voltados para atingir esse setor da população já vinham sendo implementados desde, pelo menos, o lançamento do filme *Cidade de Deus* (2002), que tem em seu elenco trabalhadores culturais das periferias (FREITAS, 2011), é na programação das telenovelas que a ação se faz notar.

A explicação de Octavio Floribal, diretor-geral à época, confirma o cenário apresentando pois explica que as modificações na programação partiram da necessidade da TV em se direcionar para a emergente “classe C”, destacando que a grade ficaria “um pouco mais popular, sim, mas sem perder qualidade”.

As classes C, D e E têm mais presença, mais opinião. Eles ascenderam. Têm um jeito próprio de ser. Você tem que atendê-los melhor. Eles têm que estar mais bem representados e identificados na dramaturgia, no jornalismo. Antes, você fazia uma coisa mais geral. Hoje, não. Esta discussão está presente na Rede Globo. E todos nós estamos, de uma maneira geral, aprendendo²².

De um modo geral, no mercado televisivo, a programação derivada desta mudança tem por característica um aprofundamento do já existente padrão *popularesco*, com exacerbação de imagens que exploram a violência social, as mazelas da vida privada e a precariedade dos sistemas públicos de assistência, privilegiando a “tragédia e a pobreza dos mais desassistidos que são abordadas como *show*, sob o manto da prestação de serviços” (BRITTOS, 2001, p. 288)

Esse rebaixamento na qualidade da programação, por assim dizer, tem por finalidade reduzir os custos de produção da TV de massa na fase da multiplicidade da oferta (já que o investimento é também direcionado para outras janelas de exibição) e terá como paradigma os

²² Entrevista concedida ao jornalista Maurício Stycer, disponível em <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/09/globo-muda-programacao-para-atender-a-nova-classe-c.jhtm>. Acesso em 20/11/2014

gêneros televisivos já consolidados por esse padrão, como os de auditórios e os *reality-shows* (idem). Embora esse tipo de programação garanta o corte dos gastos com a produção televisiva (pois contrata trabalho de maneira flexibilizada, com formas de remuneração diversificadas), sua implementação generalizada interferiria diretamente no padrão tecnoestético da TV Globo, desafiando suas barreiras à entrada “erguidas tendo em vista públicos massivos, mas sem privilegiar o popularesco” (idem, p.288).

Além disso, mostram-se pouco funcionais às estratégias do capital nesta fase do sistema econômico que, em seu conjunto, devem dinamizar a função propaganda a partir de processos de formação para o trabalho que devem se voltar para uma “valorização do trabalhador” (FRIGOTTO, 2010, p. 160), algo inversamente operado pelo conjunto do padrão popularesco, que tende à humilhação e apresentação das mazelas sociais e dos dramas pessoais.

Deste modo, a empresa tratará de evitar na medida do possível a ampliação do popularesco apostando na renovação do padrão tecnoestético direcionado para a “nova classe média”. Isto, a partir da contratação de trabalhadores oriundos desse extrato populacional, incorporando sua aprendizagem e suas temáticas, o que é possível, ainda, graças ao aproveitamento de uma experiência anterior desenvolvida e internalizada pela empresa Globo, o que garante à emissora o desenvolvimento, em menor tempo, de uma programação voltada para esta audiência.

Para modificar a grade e continuar mantendo suas barreiras à entrada, essas mudanças serão amparadas pelo conceito de *qualidade* da programação (FECHINE, 2007, p.6) que se relacionam ainda com a “sua responsabilidade social, ao seu compromisso com a democracia e o *pluralismo cultural* (grifo meu), assim como ao estímulo à renovação dos formatos televisuais”. Assim, revestida de um senso ideológico, que, ao final, busca associar o papel da emissora como uma espécie de *merchandising* social e serviço público, a programação se reorganiza para atender a uma nova fisionomia mercadológica que passa a se interessar pela periferia e sua capacidade de consumo (BARBOSA, 2011).

Mesmo sem abrir mão das formas populares como no caso dos reality shows e de programas do tipo Zorra Total, a reorganização da programação da Globo evitará a exploração dessas formas, pois isto seria muito arriscado do ponto de vista do padrão que desenvolveu e das barreiras que constituiu, procurando assim desenvolver programas inovadores, voltados para “a classe C”, sem, contudo, afastar-se muito do auto-denominado “Padrão Globo de Qualidade”.

Conforme foi dito, essa mudança será amparada pelo conceito de *diversidade cultural* que marca a lógica cultural do capitalismo em sua fase atual (ROCHA, 2013), explorando temas como a diferença, o multiculturalismo e, especificamente a “mistura”, no caso aqui estudado

É nesse contexto que a emissora passa a implementar programas voltados para as faixas populares que terão como matéria-prima a diversidade cultural da população das periferias apresentadas na perspectiva de sua *visibilidade afirmativa*²³ (ROCHA, 2013) da “nova classe média”, e cujo *Esquenta!* é exemplo.

A função publicidade no programa Esquenta!

Os dados do setor comercial da emissora informam que a audiência do programa localiza-se, justamente na faixa de renda dessa classe média até aqui comentada, correspondendo a 52% do total de seu público²⁴. Assim, entre os anunciantes estão aqueles compatíveis com as demandas de consumo da “nova classe média”. Acompanhando ainda as recomendações de ações de *marketing* do Instituto Data Popular observa-se que as estratégias são amparadas pelo mote do “respeito às diferenças”. (Ver infográfico 1)

²³ A caracterização de Maria Eduarda Rocha é direcionada precisamente para o conjunto dos programas desenvolvidos pelo Núcleo Guel Arraes, mas certamente pode ser utilizada para outros produtos da emissora.

²⁴ Disponível em <http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/Home.aspx?g=Auditorio>. Acesso em 12/12/2013

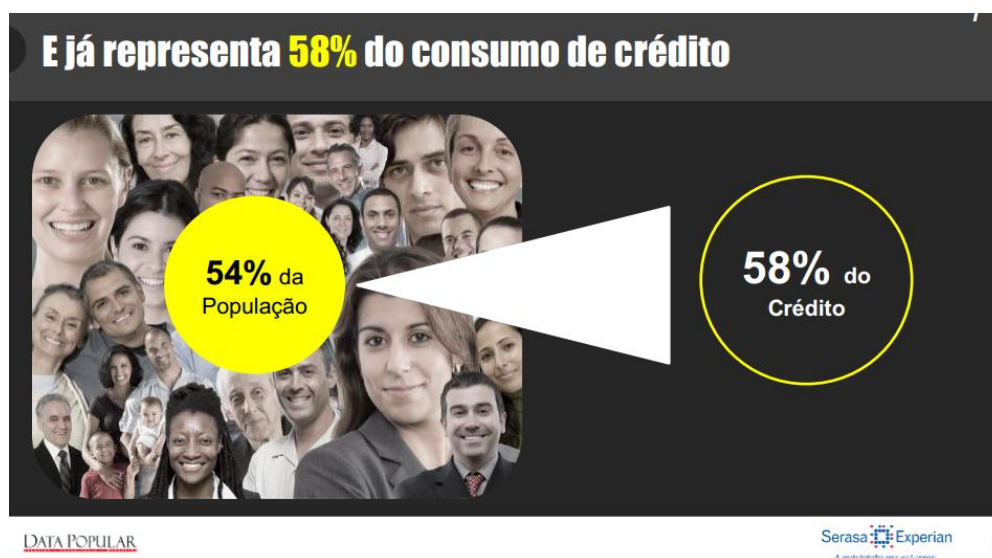
Infográfico 1: Estratégias de fidelização da “nova classe média”



Fonte: Pesquisa ‘As Faces da Classe Média’. Instituto Data Popular e Serasa Experian, 2014

Respeito às diferenças e a relação pautada pela confiança são estratégias de *marketing* a que o mote “*tudo junto e misturado*” e a alusão frequente a ideia da *Família Esquenta*, adéquam-se perfeitamente. O infográfico 2 trata da demanda por crédito dessa população, o que é também totalmente compatível com os interesses dos anunciantes verificados no programa *Esquenta!*, como a Caixa Econômica Federal (cartão Minha Casa Melhor; Melhor Crédito; Financiamento Estudantil; Poupança Caixa) (BOY, 2004) e o lançamento do Cartão Correios Fácil, voltado ao fornecimento de crédito de pequena e média empresa²⁵.

Infográfico 2. Demanda de consumo de crédito classe média

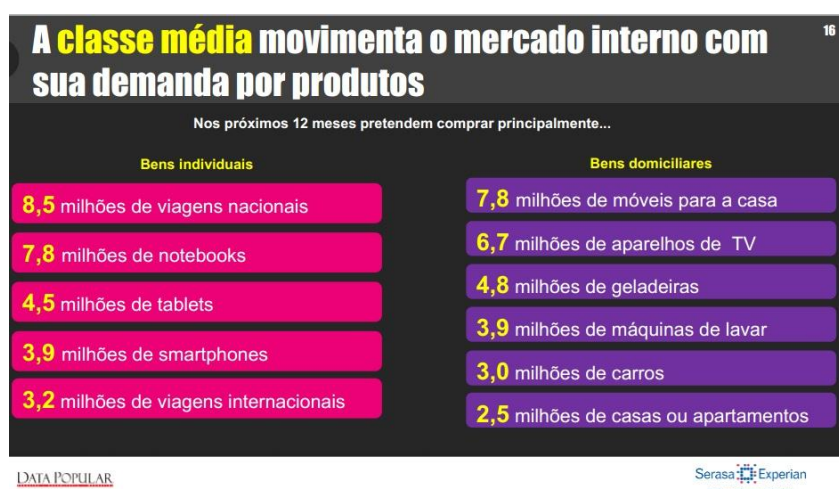


Fonte e origem: Pesquisa ‘As Faces da Classe Média’. Instituto Data Popular e Serasa Experian, 2014

²⁵ Identificado na observação do programa no período entre Julho e Dezembro de 2014.

Os dados do instituto, conforme tabela 1, indicam ainda o consumo de outros produtos que também se ajustam com o quadro dos anunciantes, por exemplo: o consumo de *tablets* e *smartphones* e a presença da publicidade da telefônica VIVO - anunciando o pacote promocional para pré-pago com acesso a internet, o VIVO ON; a ampliação da aquisição de máquinas de lavar e outros itens domésticos e a persistência de anunciantes de produtos de limpeza do varejo doméstico, como as marcas Assolan e Ypê²⁶, que divulgaram sabão em pó e amaciante de roupas, além de lançarem campanhas como *Família Esquenta Ypê*.

Tabela 1. Demanda de consumo de bens individuais e domiciliares nos próximos 12 meses



Fonte: Pesquisa 'As Faces da Classe Média'. Instituto Data Popular e Serasa Experian, 2014

Também foram identificados como anunciantes as marcas Assolan e Ypê (produtos de limpeza), Garnier Nutrisse (tintura de cabelo), Dakota (sandálias femininas), Schin (refrigerantes e promoção Família Unida, Diversão Garantida), Kolosh (tênis), Instituto Embelleze (cursos profissionalizantes), Raid (inseticida) (BOY, 2014).

Observou-se ainda a divulgação da gastronomia e de aspectos culturais de diversas cidades nacionais e internacionais, demonstrando sinergia entre o aumento do interesse por viagens, comprovado no gráfico, e a presença freqüente dessa temática no programa. Durante o período observado, dentre as temáticas, destacam-se a alusão aos países Peru e Marrocos e aos estados da Bahia e do Pará. A pauta explorou gastronomia, moda e pontos turísticos desses locais, com indicação de nomes de restaurantes, presença de proprietários (como o Chef Thiago Castanho do Pará em 16 de novembro) e divulgação de marcas que comercializam temáticas tratadas no programa, como a publicidade da grife Lita Mortari, através dos comentários de

²⁶ Idem.

Eliana Penna Moreira e Fernanda Youssef (esta irmã do comentarista Alexandre Youssef) da qual são dona e diretora de criação²⁷, respectivamente.

3.2 Trabalho cultural e internalização da aprendizagem no Programa *Esquenta*

O Programa *Esquenta* é a síntese de um projeto estético-político que começou a se gestar no interior da emissora Globo ainda nos anos 80 a partir da contratação de um grupo de trabalhadores culturais já atuantes no campo cultural brasileiro que, em 91 se consolida em torno do Núcleo Guel Arraes (NGA) (ROCHA, 2008; FECHINE, 2008) e ganha dimensão com a importância da ‘classe C’ na faixa de audiência da TV de massa. O grupo que formou o NGA foi contratado pela emissora na década anterior, com o deliberado objetivo de funcionar como um espaço de experimentação no interior da TV.

A análise da constituição do NGA na emissora demonstra que a contratação de seus profissionais correspondeu àquele processo citado no capítulo primeiro, caracterizado pela incorporação do trabalho cultural já despontado fora da TV e que foi incorporado para implementar uma estratégia de diferenciação do produto televisivo. Isto, na década de sua contratação (anos 80) possibilitou a internalização da aprendizagem e sua inserção em um processo de experimentação e inovação, que desencadeou uma atualização e diferenciação da programação da emissora.

O programa *Esquenta!* se apresenta como síntese desse processo, sendo o primeiro produto encomendado pela TV ao núcleo²⁸. “Os novos formatos propostos continuamente pelo Núcleo Guel Arraes permitem-nos hoje identificá-lo a própria renovação da linguagem da TV no Brasil, a partir da reoperação de suas matrizes estéticas e culturais consolidadas historicamente” (FECHINE, 2007, p.9).

A posição de oligopólio da Globo conquistada através daquela estratégia vitoriosa nos anos 70 – e que lhe rendeu a maior fatia do mercado da audiência - permitiu, nos anos 80, o investimento de capital na estratégia da experimentação, possibilitando a contratação de trabalhadores culturais para promover inovações a partir da internalização de seus processos de aprendizagem, favorecendo assim o caráter dinâmico da programação que, da perspectiva

²⁷ Disponível em <http://redeglobo.globo.com/redebahia/noticia/2014/08/timbalada-entra-no-clima-peruano-e-agita-o-palco-do-esquenta.html>

²⁸ Informação segundo Hermano Vianna, criador do programa. Disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/bateria-arrebenta-12159051>

concorrencial, demanda diferenciação e, portanto precisa estar ciclicamente se renovando (BOLAÑO, 2004).

Jorge Furtado, membro do NGA, confirma a opção estratégica da emissora ao destacar: “qualquer indústria precisa de um setor de experimentação, nós somos esse espaço de experimentação lá [na Globo]. Nós apresentamos novos formatos e quando a experiência dá certo, eles acabam sendo incorporados à programação”²⁹.

Dos anos 80 são significativos dois programas resultantes do trabalho experimental do grupo (que ainda não estava organizado em Núcleo): *Armação Ilimitada* (1985) e *TV Pirata* (1988). Ambos são do gênero humorístico e tinham como temática a rotina de produção da própria indústria televisiva, incorporando as críticas feitas externamente ao padrão naturalista ancorado naquela ‘realidade iminente’ (BARBOSA e RIBEIRO, 2005) que vigorava em sua própria grade de programação (FECHINE, 2007, p. 3).

À época, o mercado havia sofrido uma modificação com a saída da TV Tupi e a consequente abertura do processo de concessões de canais de radiodifusão. Novos atores entraram no mercado e iniciaram suas transmissões. São eles o SBT, com uma estratégia de programação popularesca, e a Rede Manchete, buscando competir pela audiência com uma programação “qualificada”. A resposta da Globo se dirigirá a ambas. Assim, observa-se na programação dos anos 80 tanto uma “popularização” limitada, marcada pelo incremento do humor, quanto uma “experimentação” associada à *qualidade*, que será marca dos trabalhos do grupo que, nos anos 90, forma o NGA (FECHINE, 2008, p.23).

Estratégia aliás, compatível com a economia do aprendizado. “A inovação é conformada por processos de busca por parte das firmas causado por crises; em face de mudanças nas condições econômicas e tecnológicas, firmas iniciam a busca por alternativas através de processos experimentais de aprendizado” (CASSIOLATO, 2003, p. 2).

O ambiente estava propício ao investimento no experimental, que ganhou ainda maior importância com o processo de reabertura política em meados da década. A empresa estava “pressionada pelo movimento de democratização das mídias e pelos novos jogos de mercado, incluindo a concorrência,” e deste modo, essas experiências favoreceriam uma “legitimação social junto a setores mais “cultos” da sociedade” (ROCHA, 2012, p.10).

²⁹ Declaração feita durante um debate no Colóquio Televisão: entre o mercado e a academia, realizado na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), de 27 a 28 de outubro de 2005. Recolhida em FECHINE (2007)

Mantendo aquela programação já consolidada do horário nobre, como as novelas e o telejornalismo, a emissora abriu espaço para a incorporação de um grupo de artistas que iniciou um processo de renovação na programação.

A assimilação de artistas pela indústria se intensifica desde, pelo menos, a década de 1960, mas tem no Núcleo Guel Arraes um ponto de culminância, uma vez que tal incorporação dos produtores culturais se faz de maneira expressa e propositada, de modo a fornecer à Globo um espaço de experimentação e uma legitimidade (ROCHA, 2012, p.11).

Nesses programas, articularam-se trabalhadores externos advindos de três setores principais do meio cultural: o jornalismo nanico, o vídeo independente e o grupo de teatro Asdrubal Trouxe o Trombone, de onde veio a apresentadora Regina Casé, que à época de sua contratação estava envolvida em outros projetos de caráter experimental³⁰ (FECHINE, 2008; ROCHA, 2008).

Dezenas de profissionais, que tiveram sua formação inicial ligada às artes plásticas, ao teatro, à música, à literatura ou ao cinema experimental, acabaram migrando para a televisão em busca de melhores oportunidades de trabalho e de público. Assim, há uma incorporação das propostas estéticas do vídeo independente nas mais distintas manifestações do que se reconhece contemporaneamente como inovações de linguagem na TV. [...]O NGA atuou como uma porta de entrada, na Globo, para artistas e intelectuais ligados a circuitos de produção reconhecidos como independentes, nas áreas do vídeo, do teatro e do jornalismo (ROCHA, 2008, p.15).

Assim, a emissora contratou este grupo de trabalhadores culturais, já consolidados no mercado cultural fora da TV, que venderam não só sua força de trabalho ao capital cultural, mas também emprestaram à emissora sua capacidade, já testada, de dialogar com o público.

Por parte da emissora, o objetivo foi produzir respostas às demandas econômicas do processo concorrencial e do contexto político da redemocratização (ROCHA, 2008), como também reduzir, na medida do possível, a aleatoriedade da realização dos novos programas, uma vez que o trabalho que passaram a desenvolver na TV já possuía público fora do veículo, um público, por certo, reduzido, mas jovem e formador de opinião.

Observando a trajetória do Núcleo Guel Arraes no interior da Globo, é possível identificar estratégias de aprendizagem e experimentação que possibilitaram a constituição do programa aqui analisado, e mais do que isso, possibilitaram a renovação do formato televisivo dinamizando o padrão tecnoestético da TV.

³⁰ A esse respeito ver o filme “O segredo da Múmia” (1982) de Ivan Cardoso.

Entende-se que as criações alternativas têm sido de grande valia para o padrão tecno-estético hegemônico, já que mesmo empresas midiáticas, como a Rede Globo, reapropriam para seu padrão características surgidas na margem do processo, e mesmo investido em grupos de experimentação, como é o caso do Núcleo Guel Arraes da emissora (BRITTOS, 2010, p.12).

De acordo com ROCHA (2008; 2012) e FECHINE (2009), o NGA foi montado a partir da contratação de “artistas e intelectuais desde cedo socializados pela indústria cultural, e que ganharam espaço profissional a partir da década de 1980” quando havia “uma indústria cultural consolidada, uma geração de criadores refratária ao nacional-popular e à política partidária, um certo clima de “desbunde” festivo” (ROCHA, 2008, p.11-12).

Diferentes daqueles artistas formados no debate intelectual anterior ao golpe de 1964, de tradição de esquerda inclusive comunistas, contratados pela emissora na década anterior, nos anos de 1980 foram contratados trabalhadores culturais, que tinham forte referência da Indústria Cultural e de suas lógicas de produção apresentando em comum uma estrutura de sentimentos³¹ marcada pelo a) anti-intelectualismo, b) apego ao valor da diversidade e c) repulsa ao nacionalismo, ao partidarismo e a uma visão tradicionalista de povo, demonstrando “como os criadores de um dado período partilham a experiência de seu tempo e formulam essa experiência em suas criações, articulando assim a cultura e as dimensões política e econômica da vida social” (ROCHA, 2008, p. 112).

Assim, a experimentação e a inovação dos anos 80, diferentemente daquela que marcou os anos 70, foi realizada por um grupo de trabalhadores culturais já socializado e articulado com a dimensão da indústria.

Ao nacionalista, a padronização e a marca americana que acompanham os veículos de comunicação de massa apareciam como efeitos negativos da presença estrangeira. É claro que à geração seguinte, para quem o novo clima era natural, o nacionalismo é que teria de parecer esteticamente arcaico e provinciano. Pela primeira vez, que eu saiba, entra em circulação o sentimento de que a defesa das singularidades nacionais contra a uniformização imperialista é um tópico vazio. Sobre fundo de indústria cultural, o mal-estar na cultura brasileira desaparece, ao menos para quem queira se iludir (SCHWARZ, 1986, p.4)

As caracterizações realizadas tanto por Maria Eduarda Rocha quanto por Roberto Schwarz permitem identificar que esses trabalhadores representam parte de uma tendência do

³¹ Seguindo as contribuições de Marcelo Ridenti, Maria Eduarda Rocha caracteriza o NGA através da categoria *estrutura de sentimentos*, proposta por Raymond Williams. Neste trabalho, não será desenvolvido ou discutido o conceito.

campo político-cultural da época pós-ditadura, para quem a articulação entre cultura e política, identificada nos projetos do nacional-desenvolvimentismo ou outros engajados com mudanças sociais da fase precedente ao regime militar, já não faziam mais sentido e deviam ser modificados. No caso específico do NGA, vale fazer um reparo sobre a afirmação a respeito da repulsa a “visão tradicionalista de povo” citada por ROCHA (2008), pois essa visão apareceria em outros produtos importantes do grupo, como é o caso paradigmático do uso da obra *Auto da Compadecida*, inspirado na literatura de Ariano Suassuna, um autor frequentemente revisitado desde então pelo NGA e pela Globo.

Seja como for, pode-se dizer que a proposta do NGA representa, de algum modo, a vitória do projeto cultural da ditadura, uma vez que a estratégia implementada pelo regime - de romper a articulação entre artistas e processos de transformação social, que em geral se baseavam na defesa do nacionalismo - pode ser verificada na própria caracterização do grupo, para o qual o “desbunde” e a “experimentação” eram a linguagem possível e mais segura diante de processos de perseguição e violência aos quais estavam submetidos outros artistas na época ditatorial.

Em 1991, esses trabalhadores formam finalmente o Núcleo Guel Arraes, consolidando-se como segmento direcionado à experimentação de novos formatos no interior da emissora. A partir da configuração do núcleo, o caráter experimental se dirigirá para o incremento do humor, como o *Casseta e Planeta Urgente!* (1992) e também para a continuação de uma estratégia utilizada desde o início da implementação do Padrão Globo de Qualidade: a adaptação de obras da literatura brasileira (ROCHA, 2008).

É também dos anos 1990 uma outra experiência que tem destaque na trajetória do grupo, o *Programa Legal* (1991-1993), gênero ficcional apresentado por Luiz Fernando Guimarães e Regina Casé. O programa inaugura, no interior do NGA, uma abordagem midiática ancorada numa concepção de cultura “de natureza mais antropológica”, “que explora a diversidade cultural brasileira” e que tratava de temas que iam dos bailes *funk* às festas de debutantes (FECHINE, 2007, p.3).

Essa experiência foi seguida pelo programa *Brasil Legal* (1995-1997), apresentado por Regina Casé. A linguagem era a do docudrama e foi nessa experiência que começaram a aparecer personagens não-atores protagonizando a trama. A “proposta era mostrar, a cada episódio, diferentes regiões do país a partir de valores e vivências de seus personagens – tipos

divertidos e inteligentes como Mário Pezão, ex-menino de rua e cantor de *rap*; D. Flora, neta de índios e vendedora de ervas ou Glauber Moscabilly, adepto do *rock* dos anos 60” (idem, p. 8).

É na produção desse conjunto de programas que o antropólogo Hermano Vianna é incorporado ao NGA e será a partir da articulação entre ele, Regina Casé e Guel Arraes que as produções do núcleo assumem uma “tendência à representação dos ‘invisíveis’ sociais em que se assenta boa parte da legitimação alcançada por seu projeto estético-político” (ROCHA, 2013, p.19,). Ao invés de demonstrarem suas vidas particulares em programas popularescos enfocando brigas, violência ou sexualidade, as produções do NGA se pautam pela diversidade da cultura desses grupos em um projeto de “*visibilidade afirmativa*” (ROCHA, 2008), apresentando “facetas da realidade sociocultural brasileira que muitos documentários “sérios”, mas desatentos a situações tão banais quanto reveladoras, nunca haviam proposto” (FECHINE, 2007, p.12).

Um exemplo é o episódio *Palace II*, da série *Brava Gente* (2000), realizado em parceria com a produtora de Fernando Meirelles (O2 Filmes), que, por sua vez foi uma espécie de preparação e laboratório para o filme *Cidade de Deus* (2002), que, em seguida, desembocou na realização da série *Cidade dos Homens*, produzida pelo NGA em 2002. Todas essas produções tinham atores da periferia e tematizavam questões e problemas sociais daqueles locais. Estas experiências culminaram na realização do *Central da Periferia* (2006), que explorou a cultura musical das faixas populares dos centros urbanos periféricos, realizando um “projeto de representar os “oprimidos”, não mais situados no mundo rural e tradicional, mas nas periferias das grandes cidades” (ROCHA, 2008, p. 15).

O programa consistia na realização de um *show* que acontecia, a cada edição, em uma periferia de uma capital brasileira. Era mensal e apresentava os grupos culturais que já haviam se projetado nas periferias, além de projetos sociais e peculiaridades dos locais. A importância do programa como espaço de projeção e visibilidade desses grupos era recorrentemente afirmada pela apresentadora e constituía um fio condutor da narrativa que também tinha no *funk* um dos principais gêneros apresentados³². “É interessante destacar, assim, o papel da mídia em dar o estatuto de “realidade” a um fenômeno que atraía cerca de um milhão de jovens a cada final de semana, no Rio e que já existia há quase duas décadas ao ser ‘descoberto’” (ROCHA, 2008, p.15).

³²

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/central-da-periferia.htm>. Acesso em 12/12/2014

Isto demonstra ainda uma retroalimentação cíclica do que há de produção *extra* TV, em um processo de internalização de uma aprendizagem exógena à dinâmica produtiva do meio. Sejam surgidas em outros veículos, como na internet, sejam oriundas de expressões culturais localizadas nas periferias, como no caso do *funk*, a incorporação desses trabalhadores culturais se dá no sentido de tornar massificadas - e por isso passíveis de amplo consumo - as expressões desses locais, favorecendo assim a apropriação e internalização do conhecimento gestado por esses trabalhadores.

A veiculação de suas expressões tem dupla funcionalidade no sistema político-econômico da Indústria Cultural: funciona como insumo para produtos culturais; e sua apropriação, pela indústria, funciona como espaço de mediação na construção de consenso servindo para aproximar, na aparência, grupos que, na essência, apresentam interesses divergentes.

Esta estratégia, caracterizada por uma produção cultural ambientada e produzida por trabalhadores das periferias, é marcada por uma abordagem destes grupos que afirma suas expressões, ao invés de criminalizá-las ou excluí-las da programação televisiva, como historicamente é verificado nos programas da própria emissora³³. Desta forma, busca-se renovar seu acordo com a “nova” audiência que se consolida, buscando se manter na liderança do mercado e ainda fazendo ‘reparos’ éticos na sua programação, que, embora não convençam os movimentos reivindicatórios dos setores tradicionalmente marginalizados servem, ao menos, de meta-discurso para sua auto-legitimação.

Em suma, observa-se que a síntese que culminou no *Esquenta!* é o resultado daquelas experimentações dos anos 1980 e 1990, em articulação com um processo de trabalho e aprendizagem que, a partir dos anos 2000, passou a ser realizado também com trabalhadores culturais de periferias, conforme pode ser observado na série *Cidade dos Homens*, cujo elenco é montado basicamente por membros destes locais, e no programa *Central da Periferia*, cuja atração principal foram os grupos culturais que já possuíam repercussão em suas comunidades, e tinha como públicos seus membros (FREITAS, 2011).

³³ OLIVEIRA, Laila. **Ei Globo, não sou tuas nêgas!** In: Portal Geledés em 03 de setembro de 2014. <http://www.geledes.org.br/ei-globo-nao-sou-tuas-negas/#axzz3OeMp5NtW>

Os trabalhadores culturais no Esquentá

O que se pode observar é que algumas experiências feitas naqueles programas ambientados na periferia são utilizadas hoje no *Esquentá!*, o que permite identificá-los como processos de experimentação realizados a partir da internalização da aprendizagem dos trabalhadores culturais daqueles locais. Por exemplo, destaca-se a contratação de pelo menos seis trabalhadores da periferia que participaram daquelas experiências: o figurante infantil Gabriel, os quatro dançarinos do Bonde da Madrugada e Douglas Silva, que interpretou o *Acerola* em Cidade dos Homens.

O contato entre esses trabalhadores não começou, exclusivamente, pelos programas. Antes, o contrário, ele foi possível pela articulação já existente de membros do NGA com esses setores, como é o caso do próprio Hermano Vianna, que já vinha desenvolvendo um trabalho articulado com esses grupos, através de sua atuação em campanhas de divulgação do *funk*. Isto demonstra, por sua vez, a especificidade de mediação do trabalhador cultural e intelectual que, ao ser contratado pela emissora, submete também sua capacidade de mediação e diálogo já constituída, como é o caso de Hermano Viana e sua relação com os artistas e ativistas do gênero.

No caso de Regina Casé, sua ligação com esse setor da população (originária da relação de sua família) foi aprofundada com os trabalhos que vem desenvolvendo no interior da própria emissora que possibilitaram que ela assumisse uma ligação com os populares, que ficou sendo a marca artística de seu trabalho cultural, e que é amplamente aproveitada pela indústria no processo de exploração do diálogo com esse grupo³⁴.

Poucos artistas brasileiros são tão identificados com o povo, com a periferia, como Regina Casé. E poucos nomes deixam uma trajetória tão divertida e coerente pela televisão, levando risadas, dignificando os mais carentes e abrindo espaço para que eles registrem suas vontades, anseios, gostos e reclamações. Regina nasceu em um 25 de fevereiro quente, em pleno carnaval de 1954, em Botafogo, no Rio de Janeiro, filha de Geraldo César Casé e Heleida Barreto Casé. E neta de Ademar Casé, um dos pioneiros do rádio no Brasil³⁵

³⁴ Disponível em <http://www.reginacase.com.br/vida>. Acesso em 13/09/2014

³⁵ Idem 33

Além disso, três instituições são relevantes para pensar a aprendizagem dos trabalhadores culturais da periferia e a Rede Globo. A Central Única das Favelas (CUFA), o Afro-Reggae³⁶ e o grupo Nós no Morro³⁷, do Morro do Vidigal.

Foi desta última que saiu um dos trabalhadores culturais mais importantes do *Esquenta!*, pela sua atuação como cantor e ator e pelo reconhecido talento do cantor Márcio Costa Batista, o Mumuzinho. Componente do elenco fixo, Mumuzinho executa trabalhos bem diversificados durante o *show*, apresentando capacidade de atuação incomparável com outros membros do elenco. Além de participar de esquetes ficcionais, ele canta e faz uma espécie de acolhimento dos convidados. O caso de Mumuzinho é interessante, pois, após a projeção no programa *Esquenta*, ele assumiu as propagandas do governo federal que divulgam os processos seletivos do Exame Nacional de Ensino Médio. Isto explicita como a função de mediação que executa no programa é também apropriada pela política, emprestando sua capacidade de empatia com o público para as relações de diálogo do Estado com as pessoas, explicitando desta forma a função propaganda.

Além do cantor, está no elenco fixo Douglas Silva, o “Acerola” de *Cidade dos Homens*. Ele tem função semelhante a do Mumuzinho, no entanto, apresenta um nível de intervenção muito menor, participando principalmente de esquetes ficcionais e dos quadros competitivos que intercalam o roteiro, além de esquetes de humor para atuação nos *merchandisings*. A trajetória de Douglas Silva começou no próprio NGA, pois ele foi um dos atores da periferia selecionados para participar das experiências que iniciaram com o episódio *Palace II* e que desembocaram no filme *Cidade de Deus* e *Cidade dos Homens* (FREITAS, 2011)

Outros profissionais surgidos como expressão cultural das periferias, e que desenvolviam carreira artística fora da TV, como Arlindo Cruz, Péricles e Xandy de Pilares, se incorporaram ao programa, tendo como principal função cantar músicas que sejam citadas ou mencionadas pelos convidados. Os contratos realizados com artistas da periferia, e sua integração ao *casting* da indústria – constitui uma possibilidade de profissionalização por parte de trabalhadores culturais e intelectuais oriundos da periferia.

³⁶ Dados do Relatório Geral de Atividades do Grupo Afro-Reggae (2014) demonstram que cerca de 4,1% da receita adquirida pela organização vem das organizações Globosat e Globo Comunicação e Participação S/A. Disponível em <http://www.afroreggae.org/wp-content/uploads/2014/05/relatorio-geral-de-atividades.pdf>. Acesso em 12/09/2014

³⁷ O trabalho mais expressivo da articulação das instituições foi o filme *Cidade de Deus* (2002) (co-produção da Globo Filmes com elenco do Nós do Morro, e artistas de outras periferias) e *Suburbia* (dezembro, 2012) que tem o núcleo central formado por atores do Nós do Morro. Acesso em 12/09/2014 Disponível em <http://67.228.166.162/~nosdomor/index.php/capa/atores-do-nos-do-morro-estreiam-hoje-em-suburbia.html>

Assim importa refletir sobre a generalização da aprendizagem dos processos industriais de gestão do trabalho cultural, que avançam cada vez mais para setores que não participavam estritamente como agentes econômicos de sua dinâmica. Movimento por certo, contraditório, pois desencadeia um duplo processo de apropriação/concessão entre capital e trabalho, uma vez que incorpora uma força de trabalho quase inexistente na TV Globo ampliando a visibilidade e a oportunidade de emprego para esses trabalhadores, ao mesmo tempo em que internaliza, no interior da firma, uma aprendizagem já constituída por esse grupo, conforme pode ser observado ao longo da pesquisa.

Outra observação deve ser feita sobre o aprendizado que se realiza quando esses trabalhadores passam a testar experimentos e produzir programação diferenciada sob a demanda e os interesses comerciais da emissora. É que em se tratando de trabalho cultural “a prática [é] o espaço fundamental para o desenvolvimento profissional” (FARIA e DAYRELL, 2004, p.35) e, desta forma, esta será balizada pelo projeto cultural da empresa, pautado por seus interesses, limitando, assim, processos de aprendizagem e mantendo-o estritamente vinculados às estratégias empresariais de tipo concorrencial ou diretamente políticos.

Também isto, por sua vez, impõe uma dinâmica contraditória ao processo, seja pelos próprios limites à subsunção real desse tipo de trabalho (BOLAÑO, 2002) seja porque, por isso mesmo, os mecanismos que envolvem sua contratação e a internalização de sua aprendizagem devem se generalizar e serão flexibilizados para que as empresas possam obter, cada vez mais, ganhos com sua apropriação.

Da perspectiva da constituição da mercadoria audiência, esse processo será fundamental para que a TV Globo mantenha o padrão tecnoestético definidor de barreiras à entrada de suas concorrentes, garantindo um processo de renovação da programação que tende a se dirigir objetivamente a essa “classe C”, constituindo “o lado brilhante da pirâmide social”³⁸, tornando-se fundamental na reprodução do consumo e cumprindo a função publicidade, inerente ao conjunto das indústrias culturais.

De outra perspectiva, essa estratégia importará também ao capital em seu conjunto, cuja afirmação da existência e da caracterização da “nova classe C” - aludida incessantemente pelas corporações de mídia, pelos governos, pelas universidades - expõe ainda o esforço das classes dirigentes em constituir um novo “tipo brasileiro”, adequado às exigências do capital em sua

³⁸ Referência ao livro NERI, Marcelo. **A nova classe c e o lado brilhante da pirâmide social**. Ed. Saraiva, 2002

forma contemporânea e fortemente funcional às exigências da reestruturação produtiva (BRAGA, 2013).

Assim novamente nesta fase, tal como foi identificado nos anos de 1930, observa-se, a partir do programa, uma estratégia da classe dirigente diante das classes subalternas que se caracteriza pela apropriação do trabalho e das culturas dessas para a construção de um referencial simbólico que visa integrar, o mais rápido possível, esta parcela da população - historicamente excluída de acesso à educação, formação intelectual e profissional – ao capital que, nesta fase, demanda a adesão desse setor para o desenvolvimento de novas habilidades necessárias a esse mundo do trabalho. Assim, “a cultura é invocada não apenas como motor do desenvolvimento capitalista, mas torna-se a própria lógica do capitalismo contemporâneo” (BRAGA, 2015, p. 5).

Os meios de comunicação não têm poupado esforços para produzir uma mudança de paradigma – através do binômio “criatividade e cultura”, tendo a inovação como resultante – e apresentar as ICC (e as indústrias de conteúdos digitais) como atividades com potencial relevante para o crescimento e o emprego. Nesse contexto, o discurso sobre a inovação se converte em uma ferramenta de conscientização social que serve para fomentar uma série de valores (o otimismo, a tenacidade, a criatividade, a imaginação, o empreendimento) e conseguir promover a mudança de percepção e de atitude (BRAGA, 2015, p.8).

Trata-se aqui da aplicação da função propaganda no caso específico do objeto estudado, uma vez que a estratégia do *Esquenta!* corresponde à constituição de uma visão de mundo sobre/por/para “a nova classe C” que, tornando-se visão hegemônica, possa manter as condições de reprodução social da classe dirigente, estratégia da qual o programa é apenas uma simples ilustração.

O próprio espaço do programa se converte em atividade de emprego se estendendo para uma possibilidade de ascensão sócio-econômica para segmentos da periferia. Este é o caso de Luanne Dias, comentarista de humor do programa. Ela publicava no Youtube dicas de como se comportar no Facebook. Sua fama chegou aos ouvidos da apresentadora. Foi chamada para participar de um programa, e depois disso, assinou um contrato para participar em seis edições. Após sucesso, passou a compor o elenco fixo do *Esquenta*.

A própria empresa repercutiu o fato. Em entrevista a um *site* vinculado à Globo Luanne explica que sua contratação representa a única renda da família e que agora pode ajudar em casa “Estou abraçando essa oportunidade. Na minha casa somos só eu, minha mãe e meu irmão. Quando

minha mãe trabalhava, eu tomava conta do meu irmão e vice-versa, o dinheiro sempre foi pouco, porque sempre foi apenas uma pessoa trabalhando”³⁹. Em uma página oficial, a artista também ressalta o significado do trabalho no *Esquenta*. Publicou uma foto ao lado de Regina Casé agradecendo a oportunidade em compor o elenco.

Com carinho e de coração, obrigada pela oportunidade de vida melhor, por me levar pro seu mundo, pra sua vida e pro melhor trabalho do mundo, onde eu aprendo brincando com pessoas mágicas e aprendendo a amar cada um com suas diferenças, você merece toda reverência por todo cuidado que você tem com o próximo ! Amo você e sua simplicidade, quando eu crescer diante de todo o aprendizado quem sabe eu seja igual a você⁴⁰.

O caso de Luanne é também o caso do garoto Gabriel, do grupo de pagode Os Havaianos, da Cidade de Deus. O garoto participou do programa *Central da Periferia* (2006) e, em nova participação no Programa *Esquenta!* pediu à apresentadora para compor o elenco. Ele fala “queria ser um dançarino do seu programa”, e ela responde “Gabriel, você está contratado para todo domingo estar aqui no *Esquenta!*”.

Na edição do dia 13 de julho de 2014 Mumuzinho e Douglas Silva fazem uma esquete parodiando duas personagens dançarinas de um bairro periférico que vão ao programa para conseguir um emprego. O texto inicia com uma pergunta da Regina Casé dirigindo-se à plateia: “Você acha que elas têm alguma chance?”. Em seguida, a personagem de Mumuzinho responde:

Regina deixa eu falar uma coisa pra você: a gente vem aqui porque seu programa *ta* bombando demais. A gente tem um grupo e a gente tá lançando uma carreira de dançarina. A gente é muito famosa, eu não sei porque demorou pra gente vir aqui no programa. A gente sabe que você é a mulher da oportunidade. Fiquei sabendo que você bombou a vida do Mumuzinho e deu até cartão cidadão pra ele. Regina, vamos aproveitar logo que eu quero uma oportunidade.

A esquete de teor ficcional expressa, de algum modo, a relação que o cantor Mumuzinho tem com Regina Casé. Segundo o cantor, “ela sempre deu oportunidade para quem corria atrás. A Regina é generosa, mas também puxa a orelha se tem que puxar. Devo muito a ela”⁴¹. A esquete protagonizada por Mumuzinho, e sua própria história profissional, favorecem o reforço da ideologia da ascensão social baseada nas relações de família e favor, relações de submissão que fazem parte da história brasileira antes mesmo da instituição do capitalismo no país. “O “favor” que marca tal relacionamento, consagra vínculos de dependência pessoal de tipo pré-

³⁹ Disponível em <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2013/06/vim-da-favela-e-dei-certo-diz-luane-dias-fenomeno-da-web-e-agora-na-tv.html>. Acesso em 20/09/2014

⁴⁰ Disponível em <http://instagram.com/p/vevy1ATbs1/>. Acesso em 12/12/2014

⁴¹ Depoimento disponível em entrevista publicada em 02 de agosto de 2013 no Portal do Diário de Pernambuco, http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2013/08/02/internas_viver.453950/mumuzinho-do-programa-esquenta-lanca-cd-e-dvd.shtml. Acesso em 08/12/2014

capitalista; é, por conseguinte, um modo de relacionamento autoritário (mesmo quando paternalista) e antiliberal” (COUTINHO, 2013, p.38).

Todavia, quando a realidade concreta se sobrepõe à festa ficcional que valoriza a integração da periferia ao aparato midiático ficam evidentes os limites à “mistura cultural” proposta, seja a partir da contratação do trabalho cultural desses setores, seja a partir da tematização das culturas populares sob a égide do “Xô preconceito” mote aludido incessantemente pelo programa.

Isto pode ser observado quando da morte do dançarino Douglas Rafael, o DG, do grupo Bonde da Madrugada, membro do elenco fixo do programa. Ele foi morto em uma operação policial da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) da favela Pavão Pavãozinho no Rio de Janeiro. A produção repercutiu o fato, dedicando todo um programa para homenagear o dançarino.

A repercussão do programa, que foi ao ar no dia 24 de abril de 2014, deixou patente seus limites, uma vez que já não poderia festejar a harmonia das periferias, visto que a morte do dançarino expunha o problema da violência nas favelas em um nível mais profundo ao qual as estratégias baseadas no humor e na festa, recorrentemente utilizadas, não se adequaram. A contradição está evidente na tela e se resume “a um sentimento de impotência” que Regina Casé diz sentir diante do fato, seguido por uma “deixa” musical que culmina com a interpretação do *funk* “Só mais um silva”, acompanhado de maneira apática pela plateia, pela família de DG e pelos convidados.

Depois desse fato, o MC Leonardo, organizado na Associação de Amigos do Funk (APAFUNK), expressou seu posicionamento na matéria “*UPP no Esquenta, o que não foi ao ar*”, veiculado na edição 206 da revista Caros Amigos, em que ele comenta uma outra ocasião em que esteve no programa para tratar, justamente, das estratégias da política de pacificação do Rio de Janeiro.

O trecho abaixo replicado refere-se ao posicionamento do MC quando a apresentadora teve “a ideia de pedir a todos aqueles que estivessem satisfeitos com a Unidade de Polícia Pacificadora que levantassem a mão”, mas que contou com a adesão de apenas um membro da plateia, morador da Rocinha, que “levantou a mão e explicou a satisfação por poder usufruir de mais silêncio e calma na comunidade”.

Sobre as mãos que não levantaram, a Regina mesmo se encarregou de explicar o ocorrido e falou assim:- ‘Eles estão com medo de dizer que aprovam a UPP e assim

sofrer alguma represália do tráfico’. Fiquei desapontado especialmente por dois fatos. Primeiro, mais uma vez os moradores insatisfeitos com essa política de pacificação não foram ouvidos, ficando claro que somente os satisfeitos com as UPP’s têm voz. Fiquei muito triste, pois se tivessem ouvido alguns insatisfeitos, que eram a quase a totalidade daquela plateia favelada, talvez entendêssemos a morte do Douglas Rafael da Silva, o DG, dançarino do programa Esquenta. Um ano e quatro meses depois desse episódio, a sociedade quer saber porque mataram DG, pergunta essa que nós, moradores de favelas, estamos tentando responder há muito tempo.

O caso contado pelo MC Leonardo demonstra que a complexa relação de mediação a que se propõe o programa - de dialogar com a periferia a partir de seus trabalhadores ou de suas temáticas - apresenta limites reais em relação às demandas e necessidades daqueles, cumprindo, por outro lado, objetivos específicos ligados ao atendimento da necessidade da empresa e de sua função na construção da hegemonia da classe dirigente.

A periferia não está alheia a isso, como pode-se ver no depoimento do MC e também no depoimento da mãe do dançarino, Maria de Fátima Silva, no evento SerNegro divulgado, na íntegra, pelo coletivo Mães de Maio, grupo que articula mães que perderam seus filhos em operações policiais. Sobre sua participação no programa de homenagem ao seu filho, ela informa que foi limitada sobre o que deveria falar, podendo apenas responder ao que fosse perguntado pela própria apresentadora. “Vocês não viram ela falar sobre polícia, e toda vez que eu falava ela me cortava”⁴².

Ainda quanto à presença dos trabalhadores, compuseram a cena do programa ao longo do ano de 2014, o produtor cultural Alexandre Yousef, o pesquisador e articulista da Folha de São Paulo, Ronaldo Lemos. Ambos atuaram opinando “cientificamente” e com a função de comentaristas. Colaboram com a produção de conteúdo sobre os temas que são tratados pelo programa, trazendo informações com base em autores, livros e pesquisadores. O foco das abordagens é a economia criativa, que é sempre ressaltada numa espécie de pedagogia de empreendedorismo, “A gastronomia é um pilar da economia criativa e pode ser muito importante para o Brasil”, destacou, por exemplo, Yousef no programa de 16 de novembro de 2014.

Alexandre Yousef é formado em direito pela universidade Mackenzie e foi assessor especial do Ministro da Justiça no governo Fernando Henrique Cardoso entre 1999 e 2000. Entre 2001 e 2004, foi coordenador de juventude da prefeitura de São Paulo, na gestão de Marta Suplicy, “período em que conduziu projetos de valorização de expressões da cultura

⁴² Disponível na matéria “Mostra fotos do filho para ela chorar”. Disponível em <http://www.geledes.org.br/mostra-fotos-filho-para-ela-chorar/#axzz3OeMp5NtW>. Acesso em 06/01/2015

jovem como o *hip-hop*, o grafite, o *skate*, a música independente e a noite, que se transformaram posteriormente em marcas da cidade”⁴³.

Ronaldo Lemos fez participações alternadas ao longo do ano. Doutor em direito pela Universidade de São Paulo, o currículo do colaborador inclui, dentre outras coisas, atuação no campo da propriedade intelectual e da tecnologia. É professor da faculdade de direito da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e diretor do Creative Commons no Brasil. Publicou o livro “Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música”.

A observação da atuação destes dois trabalhadores e aqueles outros da periferia destacados anteriormente mostra ainda uma diferenciação na aprendizagem de processos de trabalho no interior do programa. Mumuzinho, Douglas Silva e Luane Dias dedicam-se com maior ênfase ao humor e às esquetes ficcionais, participando ainda de cenas de *merchandising* de produtos. Arlindo Cruz, Xandy de Pilares e Péricles atuam principalmente interpretando canções. Ainda está presente Luís Lobiancho, que acumula funções como as de humor e também idealiza o roteiro. Ale Yousef, Ronaldo Lemos e Nathália Rodrigues, uma outra componente do elenco oriunda da periferia, são comentaristas. Leandro Sapucaí participa da plateia e é produtor musical do programa.

O que se observa dessa organização do trabalho é que há uma distinção nos processos de aprendizagem no interior do programa, que podem ser esquematizados no conjunto de duas atividades: uma, relacionada ao humor, à interpretação de canções/esquetes ficcionais, à participação dos jogos e quadros de competição, e ao *merchandising* dos anunciantes. Participam desse primeiro tipo Mumuzinho, Luane Dias, Douglas Silva, Arlindo Cruz, Xandy de Pilares e Péricles. A outra atividade é caracterizada pelo conjunto de trabalhadores que tem a função de fazer comentários sobre os temas destacados no roteiro, trabalham interagindo com as redes sociais, coletando vídeos e depoimentos enviados pelos telespectadores e referenciam as temáticas abordadas apresentando vídeos, autores e escritores. Participam desse segundo tipo Ale Yousef, Ronaldo Lemos e Nathália Rodrigues.

No primeiro grupo há uma predominância de trabalhadores negros e oriundos da periferia, enquanto no grupo dois há dois trabalhadores culturais não oriundos de periferia e brancos e uma trabalhadora, Nathália Rodrigues, negra, deficiente visual e oriunda de periferia.

⁴³ Conforme disponível em biografia do site “Case Imagine” <http://novosite.caseimagine.com.br/wp-content/uploads/6af07ee84427ace8b94546c657fab1d91.pdf>

Esta observação permite verificar que os trabalhadores da periferia do grupo um realizam aquelas trabalhos voltados à execução (cantam ou dançam) dos temas, enquanto aqueles outros do grupo dois, atuam a partir de comentários e contribuições intelectuais, nunca participando de esquetes nem de quadros de humor. “A diversidade e inconstância presentes nesse universo também são atravessadas por clivagens de classe social, de raça, de gênero e geração, produzindo condições desiguais de acesso e sobrevivência no mundo do trabalho das artes”(FARIA e DAYREL, 2004, p.32).

Por fim, o último dos membros a entrar no programa foi Luís Lobianco. Ele é ator e teve projeção pela participação no canal Porta dos Fundos. Foi contratado para escrever o roteiro e participa também das encenações e esquetes ficcionais. O canal Porta dos Fundos vem sendo alvo de especulação sobre sua incorporação ao aparato da TV. Tanto o SBT quanto a Globo já indicaram intenção de comprar os direitos do projeto desenvolvido pelo canal que, atualmente, tem exibição no *youtube*. No entanto, isto ainda não foi feito, e o que se observa é a contratação temporária de alguns membros de seu elenco como o próprio Lo Bianco, que compõe a 4ª edição do programa e Fábio Porchat, que também já integrou a equipe na elaboração do roteiro. Sobre ele, o que é importante destacar é que a contratação desse artista não se deu sob o tradicional direito de exclusividade que a emissora sempre exigiu de seus artistas e ele continua atuando no Porta dos Fundos (que está sendo exibido no canal FOX).

Mediação, capitalismo e a função dos intelectuais

Nesta seção será analisada a formulação teórica que serve de subsídio para a construção do programa. Como já foi demonstrado na sessão acima, foi através da contratação do trabalho cultural de artistas e intelectuais que o NGA construiu as condições para uma mudança de abordagem das produções voltadas para o público de baixa renda. O avanço na exploração desta faixa de renda é realizado, pelo NGA, em uma abordagem de visibilidade afirmativa, em oposição àquela marcada pelo grotesco, que vigora em outras emissoras e até mesmo em outros programas da Globo.

A aparente “valorização” das culturas e expressões dos trabalhadores da periferia permite uma inovação das programações populares da TV Globo, permitindo uma variação do padrão tecnoestético que passa a dirigir-se mais diretamente para aquele setor, permitindo, como já demonstrado, a exploração do segmento comercial do mercado voltado para essa faixa de renda diferenciando-se do padrão popularesco.

Assim, o programa *Esquenta!* é uma síntese que articula as diversas experiências do Núcleo que o executa, orientado por uma abordagem teórica que reposiciona o lugar das classes subalternas na mídia. Nem grotesca nem criminalizada. A cultura da periferia é exaltada em um projeto de afirmação periférica e seus membros compõem um elenco fixo de trabalhadores que atuam sob o roteiro e a concepção de um antropólogo. Neste sentido, é interessante saber quais foram as condições que possibilitaram a este grupo de trabalhadores culturais assumir, tão objetivamente, uma relação de identificação com as culturas subalternas.

Parece-nos importante mostrar primeiramente que os novos conceitos abundantemente utilizados pelos *homens de negócio* e seus assessores – globalização, integração, flexibilidade, competitividade, qualidade total, participação, pedagogia da qualidade e defesa da educação geral, formação polivalente e “valorização do trabalhador” – são uma imposição das novas formas de sociabilidade capitalista tanto para estabelecer um novo padrão de acumulação, quanto para definir as formas concretas de integração dentro da nova reorganização da economia mundial (FRIGOTTO, 2010, p. 154)

A valorização do trabalhador se converte no caso em exame em uma “visibilidade afirmativa” da periferia, que é expressa já a partir do mote do programa: “*tudo junto e misturado*”. Reunidos em harmonia na *família* do *Esquenta!* o programa remete a duas estratégias ideológicas já identificadas na história da cultura no Brasil: a mistura (o *mestiço*) e a família, ambos presentes no conjunto da obra de Gilberto Freyre, ele próprio, como expresso no capítulo 2, ideólogo da modernidade brasileira.

O pensamento de Freyre procurava destacar a questão da pluralidade e da diversidade sob uma ideologia da harmonia, com o deliberado objetivo de promover uma integração de parte dos trabalhadores ao padrão de acumulação do capital ancorado na indústria (MOTA, 1992). Novamente, em face aos processos de mudança tecnológica e a imposição de novos padrões de acumulação do sistema capitalista, observa-se um esforço das classes dirigentes em redefinir os “processos de formação humana” (FRIGOTTO, 2010, p. 155) necessários nesta fase de reorganização das forças produtivas, disseminando, para isso, uma estratégia cultural baseada na “visibilidade afirmativa” da periferia que, deve rapidamente integrar-se ao mundo do trabalho, marcado por novas condições e exigências.

BRAGA (2015) destaca que essa “colonização discursiva” do capital sobre o trabalho busca superar a escassez de uma mão-de-obra intelectual, necessária à fase do mercado capitalista contemporâneo, marcado por uma intelectualização generalizada dos processos de trabalho (BOLAÑO, 2002) e expondo “as bases funcionalistas e economicistas dos ‘usos da cultura’ a serviço do capital” (BRAGA, 2015, p.6). Assim,

Afirma-se que as estratégias de desenvolvimento utilizadas há 25 anos não conseguiram gerar os níveis de desenvolvimento sócioeconômico esperados, e que o desafio está em encontrar alternativas de desenvolvimento que tenham em conta as [...] a escassez de mão-de-obra capacitada e a falta de infraestrutura básica, atualizando as estratégias para adaptá-las às mudanças culturais e tecnológicas que afetam a nossa sociedade (BRAGA, 2015. p. 4).

Deste modo, a principal semelhança entre o trabalho de Freyre e o trabalho intelectual do *Esquenta*, ilustrado na figura de Hermano Vianna está no *caráter afirmativo* que orienta a análise das classes subalternas tematizadas pelos seus trabalhadores intelectuais. No primeiro caso, o mestiço, no segundo caso, no que interessa para este projeto, a periferia. A mistura, recorrentemente afirmada ao longo de todo o programa, é expressa como uma característica positiva *a priori*, e que apresenta combinações entre o trabalho intelectual de Hermano Vianna e Gilberto Freyre, como é indicativo o trecho em que o produtor cultural do *Esquenta!* analisa a obra do autor de Casa Grande e Senzala.

A aptidão brasileira a se relacionar com o indefinido e o diverso é considerada por Freyre nossa grande originalidade como experiência civilizatória, aquilo que nos marca como diferentes, justamente por estarmos mais abertos à diferença e podermos incluir o indefinido na definição de identidade. [...] A dissolução no arco-íris de todas as raças não significa o apagar das diferenças, mas sim o convívio sem separação entre diferenças, com infinitas possibilidades de combinação entre elas (VIANNA, 2009, p. 93).

“A aptidão ao indefinido, a abertura brasileira ao diferente, e o convívio sem separação entre diferenças” é a reprodução, no pensamento, da aparência do sistema social brasileiro, visto que a realidade dos fatos demonstra uma desigualdade das condições concretas, mas que demanda, ao mesmo tempo, uma superação limitada desta, de modo que seja possível incorporar, da maneira mais rápida possível, esse setor populacional às exigências do novo padrão de acumulação, ativando um projeto hegemônico do capital para o trabalho.

Isto não seria apenas uma determinação do campo próprio da produção cultural da indústria, visto que o próprio Hermano Vianna também possui atuação no campo acadêmico, local onde se consolidam correntes de pensamento que entendem a produção cultural desvinculada das múltiplas determinações que lhe são próprias. São exemplos a antropologia cultural (BRAZ, 2011) e os estudos culturais na América Latina (MATTELART E NEVEU, 2012).

O retorno à “cultura” equivale também a um refúgio na cultura que, logo de início se proclama decididamente crítica em relação à “politização” das décadas de militância. Diferentemente dos estudos culturais britânicos, que foram inaugurados por pesquisadores provindos de uma esquerda em busca de um modelo alternativo de mudança social, os *estúdios culturales* se estruturaram em

uma América Latina ainda submetida aos anos de chumbo dos regimes autoritários, ou recém-saindo deles[...] tratar do consumo ou da identidade é menos comprometedor do que analisar as estruturas de poder, os movimentos sociais ou a extrema concentração da mídia (MATTELART E NEVEU, 2006, p.144).

Já a antropologia cultural acompanha uma tendência

Analítica [que] costuma colocar o acento na Cultura (assim mesmo com letra maiúscula) de modo a emprestar a esse plano da realidade uma independência que ele não tem, como se pudesse se desenvolver por meio de um dinamismo interno supostamente separado dos outros planos do real [...] Tal tendência culturalista, na ordem burguesa, acentua-se ao compasso de sua *decadência ideológica*[...] Entretanto, se essa marcante influência já se notara em todo século passado, foi no seu final que ela parece ter atingido o apogeu com a ideologia pós-moderna, que preconiza justamente o império dos particularismos, em que o reino da cultura parece ser o mais poderoso (BRAZ, 2013, p.154)

Este trecho foi retirado de um artigo de Marcelo Braz em que ele analisa a obra de José Ramos Tinhorão e opõe a explicação acerca da penetração do samba nos anos 30 dada por este último a outra apresentada justamente por Hermano Vianna (2004), afirmando que o segundo enfrenta o primeiro, pois Tinhorão busca nas “condições objetivas nas quais se criam e se distribuem os produtos da atividade humana” as explicações em torno do fenômeno e, de certo modo, ainda que muito sutil, enquadra o trabalho de Vianna na tendência culturalista que, de modo geral, desqualifica “a questão cultural como questão de classe” (p. 163).

Essa reprodução da aparência é o que configura, precisamente, a principal característica ideológica do programa *Esquenta!* que, para além de uma “visibilidade afirmativa” dos grupos - estimulando seu consumo e sua cultura - mobiliza recursos para a preparação dessa camada da população para a dinâmica do trabalho. Em termos marxianos, trata-se precisamente de ideologia. MARX e ENGELS (2012, p.114) explicam que, de um modo geral, a classe que dirige a sociedade “se vê obrigada, para realizar os fins que persegue, a apresentar o seu próprio interesse como o interesse de todos os membros da sociedade, ou seja, expressando-o em termos ideais, a apresentar suas ideias como universais e as únicas racionais e absolutamente válidas”.

Portanto, a filiação teórica freyriana de Vianna num momento histórico no qual o discurso de valorização da mestiçagem já foi relativizado, faz com que seu trabalho tenha uma abordagem altamente apaziguadora e dissimuladora dos conflitos raciais e classistas. E esta sua perspectiva perpassa seu trabalho como produtor cultural, como fica claro no já citado programa *Esquenta* de Regina Casé na TV Globo, que tem uma atuação muito semelhante à da elite intelectual pintada pelo antropólogo em *O mistério do Samba*: a postura de validadora da cultura popular brasileira (MEIRELLES, 2012, p.11,)

De fato, embora a abordagem afirmativa da periferia - expressa pela exaltação da sua música, da sua criatividade e das suas práticas culturais - represente uma diferenciação em relação à abordagem popularesca, ao mesmo tempo, cumpre, a partir de um processo de hegemonia, uma função essencial para o capital que é a integração e a adesão de um setor da população, exposto historicamente às baixas condições de ensino e escolaridade, mas que precisam rapidamente qualificar-se.

As abordagens acadêmicas que afirmam o programa como um espaço de diversidade têm se esforçado para apresentar o diferencial deste produto frente a outros programas televisivos.

A ideia é valorizar esse tipo de intenção, dada sua relevância sócio-cultural na contemporaneidade. Seria interessante se o discurso de mediação cultural e o conceito expandido de cultura pudessem ocupar cada vez mais o espaço televisivo, já que atendem tantas pessoas com seu enorme alcance. Dessa forma, o objeto analisado cumpre um papel importante para valorização das diferenças culturais e para o respeito às mesmas, uma ode ao tudo junto e misturado (BOY, 2011, p. 58).

Faltaria a esta interpretação (e as demais, que abordam a questão da cultura a partir do isolamento de variáveis como consumo e identidade) complementar a análise mostrando outras determinações de ordem conjuntural que explicam a súbita “valorização” midiática de um setor que, historicamente, havia ocupado outros “cômodos” da TV brasileira, principalmente a “cozinha” das telenovelas.

A monografia citada intitulada *Esquenta! - Mediação Cultural: Tudo Junto e Misturado* foi desenvolvida no curso de Produção Cultural vinculado ao Instituto de Artes e Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Teve orientação da professora Dra. Ana Enne, doutora pelo Museu Nacional (UFRJ). O conjunto do trabalho⁴⁴ apresenta uma abordagem teórica do conceito de mediação que valida a visibilidade das culturas populares no programa, no entanto despreza as condições concretas em que se estrutura a complexa teia de relações que a valorizam.

A apresentação dos limites enfrentados pelo trabalho de BOY (2011) é apenas um recurso para apontar um grupo de intelectuais no Brasil, que está presente em seu referencial teórico, e que vem centralizando a discussão da mediação de uma perspectiva individual, ancorando-se no relativismo cultural e na fenomenologia (VELHO, 1994, 2001), associando o conceito a uma espécie de “troca cultural”, como pode ser observado no conceito de mediação atribuído pelo autor:

⁴⁴ Nos referimos não somente à monografia de Ohana Boy, mas também ao conjunto de artigos que a autora vem publicando sobre o programa *Esquenta!*

A mediação é uma ação social permanente, nem sempre óbvia, tendo como referência sistema simbólicos, crenças e valores, em torno de interesses e objetivos materiais e imateriais dos mais variados tipos [...] A mediação é um fenômeno sócio-cultural. A vida social só existe através das *diferenças*. São elas que, a partir da interação como processo universal, produzem e possibilitam as trocas, a comunicação e o intercâmbio. O estudo da mediação, e especificamente dos mediadores permite constatar como se dão as interações entre categorias sociais e níveis culturais distintos. Assim, estamos interessadas em processos de comunicação cultural no sentido mais amplo [...] Nem sempre a mediação é possível ou será bem-sucedida. Uma das tarefas do pesquisador é procurar identificar situações e contextos mais ou menos propícios à atividade mediadora (VELHO E KUSHNIR, 2001, p.9)

A função da mediação aparece imersa em um contexto autônomo, em que é negligenciada a função desse tipo de prática na construção do consenso e, portanto do processo de hegemonia que se realiza na luta política das classes. Essa perspectiva tem como um de seus referenciais o antropólogo Gilberto Velho (MONTERO, 1994), que atuou como professor do curso de antropologia do Museu Nacional do Rio de Janeiro, foi orientador de Hemano Vianna (idealizador do *Esquenta!*) e também de Ana Enne, orientadora do trabalho monográfico de Ohana Boy, acima referido.

Além de Gilberto Velho, também constam no referencial teórico da autora os livros *Consumidores e Cidadãos*, de Nestor Garcia Canclini e *Dos meios às mediações* de Jesus Martim-Barbero. Ainda no Brasil, Hemano Vianna também é citado como referencial teórico, para quem

Mediadores de todos os tipos, com projetos os mais variados, transitam pela heterogeneidade colocando em contato mundos que pareciam estar sempre separados, contato que tem as mais variadas conseqüências, remodelando constantemente os padrões correntes da vida social e mesmo redefinindo as fronteiras entre esses mundos diferentes (VIANNA, 1995, p. 155)

A abordagem do conceito de mediação por esses intelectuais concentra-se na troca de informações e referências simbólicas desde uma perspectiva individual e culturalista (MONTERO, 1994-A), eliminando a reflexão histórico-social que possibilita a explicação da mediação em sua totalidade. Deste modo, omitindo como aqueles agentes

surgiram enquanto lugares possíveis, como se relacionam entre si, e mais, como as estratégias individuais perpetuam ou desafiam essa configuração objetiva. Ele perde de vista as determinações mais estruturais, acabando por reduzi-las a simples resultantes de agregação das estratégias e valores individuais. Sem a análise de como os atores construíram as categorias que põe em ação, não se pode compreender os procedimentos e princípios que organizam o próprio trabalho e produção simbólica da realidade (MONTERO, 1994, p. 381)

Ofusca-se assim o fato de que o processo de mediação que operam é justamente aquele que viabiliza o consenso necessário para a expansão de visões de mundo que se adequam às funções propaganda e publicidade, estudadas ao longo desse trabalho, tendo ainda efeito desmobilizador para a ação política. Ancoram-se para tanto em abordagens culturalistas que subsidia seus discursos intelectuais, implementando uma estratégia de hegemonia expressa, no caso, em uma organização cultural alinhada com os interesses da classe dirigente.

Essa tendência analítica costuma colocar o acento na Cultura (com letra maiúscula) –de modo a emprestar a esse plano da realidade uma independência que ele não tem, como se pudesse se desenvolver por meio de um dinamismo interno supostamente separado dos outros campos do real [...] preconiza justamente o império dos particularismos, em que o reino da cultura parece ser o mais poderoso (BRAZ, 2013, p. 153).

A legitimação do programa a partir da produção intelectual das universidades é ainda demonstrativa do espraio da estratégia do capital, que avança para todos os setores sociais constituindo e generalizando suas condições de reprodução. O que deixa evidente o fato de que

Ocorre hoje uma ampla batalha de ideias: se a sociedade civil é realmente autônoma, as universidades, por exemplo, tornam-se um campo de luta pela hegemonia cultural de determinados projetos de conservação ou transformação das relações sociais. A luta de classes se trava também no interior das universidades [...] A luta de classes sob a batalha de ideias, da luta pela hegemonia e pelo consenso, atravessa tanto a sociedade civil quanto esse sistema de “organização de cultura” (COUTINHO, 2011, p.18).

Não é falso afirmar que a organização da cultura impulsionada pelo programa representa, *em relação* a outros produtos televisivos uma mudança de paradigma, que se traduz na apropriação das culturas subalternas, subsumindo-as no aparato cultural dominante como dirá BOLAÑO (2012), em detrimento de outras representações (ainda vistas nas telenovelas, jornais e outros produtos televisivos) que têm como estratégia a criminalização e exclusão de seus modos de vida.

No entanto, sua interpretação não deveria ser deslocada do conceito de hegemonia, e, portanto da importância fundamental da mídia e do seu papel no projeto cultural da classe dirigente de obter o consenso e a adesão desse setor da população, para quem se dirigem “os discursos para instaurar o consentimento operário às novas estratégias do capital, oferecendo as condições políticas e ideológicas para o desenvolvimento da parceria entre capital e trabalho na produção” (BRAGA, 2009, p.85).

Também não deveria minimizar a contradição imanente às formas de dominação que demandam, ininterruptamente, uma dinâmica de consenso/controle, fato que vem provocando o

desenvolvimento de formas mais ambíguas de organização cultural a partir de “outras maneiras de esterilização [que] foram sendo introduzidas, para reduzir os riscos das contradições internas à própria ideologia dominante” (FONTES, 2009, p. 3).

Membros da periferia têm se posicionado criticamente em relação à produção cultural do programa, deixando evidente seu caráter ideológico. Entidades organizadas como o Observatório da Favela avaliam que a *mistura*, sempre aludida como *aparência* da cultura brasileira, significa, na essência ofuscamento dos conflitos. No *site* da instituição, está explícito o caráter paradoxal com que a temática é abordada, por exemplo na análise que fazem do programa do dia 12 de dezembro de 2009,

O que chama atenção, ao contrário, é a insistência na ideia de que o carinho tem sido o emblema de relações raciais no Brasil. [...] De um extremo a outro, a marca da atração parece ser o paradoxo. Se de um lado, “Esquenta!” traz para a grade dominical da Globo diversidade muito superior em contraste com outros programas da emissora, de outro, há momentos em que o reforço de estigmas é patente (Observatório da Favela).

O posicionamento do observatório demonstra que a recepção⁴⁵ do programa não é atomizada e que o consumo da informação não é realizado de maneira passiva, dando respostas diversas ao conteúdo cultural produzido industrialmente, rejeitando padrões e imposições culturais e rechaçando os valores hegemônicos. Dito isto, importa reforçar a importância estratégica da apropriação dos processos culturais pelas classes dirigidas de modo que seja possível a organização de uma outra cultura, que desregule e diversifique não só o discurso midiático, mas as distintas lógicas de exclusão que se observam do sistema capitalista atual.

Nesse entendimento, a perspectiva organizativa dessa cultura não deve ser buscada nos aparelhos privados das classes dirigentes, mas sim nas diversas organizações sociais e políticas geridas pelas classes subalternas, examinando as contradições que possibilitam o surgimento de formas diferenciadas de produção cultural, não vinculadas aos objetivos hegemônicos levados à cabo pelas instituições hegemônicas.

O que parece equivocado e, portanto, acaba se configurando como ideológico, é exaltar como “valorização” o fato de que a TV diversificou seu discurso a partir de uma ressignificação das culturas populares, que, por sua vez, lá estão para cumprir uma demanda específica do

⁴⁵ Para um estudo programa amparado nas teorias da recepção, ver PENHA, Francislandia Rodrigues. **Representações Midiáticas Da Pobreza: O Programa Esquenta! E O Reposicionamento Do Discurso Sobre Os Pobres Na Tv Brasileira.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) da Universidade Federal de Goiás (UFG).

capital e, para que lá permaneçam, têm de estar isentas de conflitos e contradições, como é ilustrativo o caso do dançarino DG e até mesmo a relação oligárquica de “favor” observada na relação dos trabalhadores da periferia com Regina Casé.

Ora, esse é o movimento histórico, tantas vezes repetido, de construção da hegemonia e que se realiza a partir da apropriação das culturas populares pelo setor hegemônico, de modo que seja possível integrá-los simbolicamente em uma dinâmica de reprodução social favorecedora das classes dirigentes. Na fase monopolista do sistema, esse movimento se encontra amplamente integrado aos interesses empresariais, e sua realização é ação não só do Estado, mas em grande parte, das empresas capitalistas de informação/comunicação que, por sua vez, tem como resultado desse processo um aumento na sua capacidade de diálogo com o público fidelizado e tornado mercadoria audiência.

Verifica-se também que a incorporação das expressões culturais dos segmentos populares - sob a égide da diversidade, da mistura e do “xô preconceito” - vai no sentido de abrir caminhos para a monetização das práticas culturais espontâneas, já viabilizadas em seus contextos de surgimento, para submetê-las aos aparatos de gestão empresarial.

Temos aí novamente a apropriação da cultura popular pela sociedade do espetáculo e, em muitos casos, pela indústria cultural. É nesse momento que se distorce a questão da identidade cultural desses setores, que passam a ser representados pelos meios de comunicação oficiais e pelo próprio mercado. (MEIRELES, 2012, p.11)

Essa incorporação é resultante ainda de um movimento crescente no âmbito do mercado informal, essencial para o processo de diferenciação dos mercados culturais, cujo paradigma incorpora os símbolos e expressões dos grupos subalternos e passa a integrá-los em suas estratégias sócio-econômicas. Celebrar que a indústria, por fim, se apropriou de elementos culturais gestados e constituídos na periferia equivale a afirmar a Indústria Cultural como espaço privilegiado de mediação, por onde se constituem formas de vida e trabalho adequados aos interesses da nova demanda do capital, afirmando em última instância, a subsunção da cultura na economia (BOLAÑO, 2012).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objeto aqui estudado compõe um mecanismo do conjunto do sistema de relações sociais das classes hegemônicas, funcional à lógica produtiva do sistema capitalista uma vez que elabora processos de coesão social através de mecanismos de hegemonia que se realizam por meio da apropriação do trabalho e das culturas populares. Isto se realiza, conforme pode ser identificado na sua constituição, a partir de um duplo processo que se dá tanto pela contratação dos trabalhadores culturais das periferias que integram o programa, quanto a partir da elaboração de um produto cultural difusor de visões de mundo que se pautam na apropriação das culturas populares daqueles a quem se dirige, expressos, no caso aqui estudado, principalmente na utilização de referenciais culturais e simbólicos das periferias.

Além disso, a ativação de um processo de “visibilidade afirmativa” visa positivar uma imagem desse setor da população que, historicamente, esteve excluído da amplitude das políticas públicas, mas que agora, em detrimento da alteração do padrão de produção, demanda sua ‘valorização’ de modo a integrá-lo, de maneira menos problemática, a reestruturação do capitalismo, demandante nesta fase, da ativação de capacidades cognitivas voltadas para aspectos de caráter abrangentemente cultural como a habilidade de aprendizagem e criatividade.

A observação histórica permitiu vislumbrar que a produção cultural hegemônica no Brasil, desde sua gênese, recorre à apropriação das culturas populares como recurso à integração das camadas populares à lógica capitalista. Aquele primeiro recurso, utilizado no trabalho seminal de Gilberto Freyre, afirmativo da ‘mestiçagem’ brasileira, que à época, deixa de ser sinônimo de atraso para ser motivo de celebração, se expressa no caso do programa estudado no mote “tudo junto e misturado”. Novamente, essa ‘harmonização’ das diferenças entre as classes tem caráter apaziguador, buscando ofuscar as diferenças existentes entre os grupos que “ali se misturam”.

Assim como nos anos 1930, também atualmente, a visibilidade afirmativa das classes populares é um recurso para a incorporação da classe subalterna às necessidades do sistema político-econômico.

Para proceder com essa estratégia de ordem cultural foi preciso, desde o início, a incorporação desses trabalhadores culturais e intelectuais, responsáveis pela organização da cultura, capazes de realizar a mediação e formar visões de mundo adequadas aos interesses das classes dirigentes. A diferença fundamental do capitalismo na sua fase atual é que a produção

intelectual e cultural está amplamente subsumida nas empresas capitalistas, e, portanto, as condições de disputa das classes se realiza em benefício da classe capitalista, a quem interessa uma organização social de caráter desigual. Isto minimiza os processos de aprendizagem que poderiam voltar-se à constituição de mecanismos reprodutores de lógicas distintas promotoras, quiçá, de rupturas nas formas organizativas do capitalismo contemporâneo, capazes (se constituídas) de implementar inovações institucionais baseadas em valores e determinações solidárias e igualitárias.

Na perspectiva estritamente cultural, o fato se agrava com a generalização das formas capitalistas de produção cultural que vai impondo, cada vez mais, uma aprendizagem do trabalho cultural constituída para/pelas empresas e orientada para atender as demandas tanto dos (i) capitalistas individuais, viabilizando produtos culturais que consolidem a mercadoria audiência, (ii) quanto do capital coletivo, difundido visões de mundo que objetivam a produção de um consenso voltado para integração das classes subalternas aos processos de trabalho, de maneira cada vez mais rápida e menos problemática.

No caso estudado, a contratação é de trabalhadores da periferia que, desde o início dos anos 2000, tem realizado trabalhos com a emissora Globo. Esta incorporação do trabalho favoreceu que as expressões constituídas no mundo da vida fossem apropriadas pela organização do trabalho no setor hegemônico, se incorporando de maneira submissa ao âmbito da indústria. Boa parte das produções culturais das periferias, que hoje emerge na indústria televisiva, havia sido criminalizada e também dispensada pela indústria midiática na fase anterior, em que a minorias e outras identidades marginalizadas foram alvo constante de exclusão.

A constituição de formas segmentadas de mercado e a inclusão do consumo limitado desses setores a partir dos anos 2000 criaram as condições econômicas para que aquelas expressões culturais, já consolidadas e consumidas pelos mercados alternativos de suas regiões, se tornassem interessantes para o capital que, desde então, realiza aquele movimento sempre cíclico de incorporação das expressões culturais das classes populares e sua constituição em produtos comercializáveis. Evidente que o impacto social e econômico deste fenômeno é contraditório, e acaba representando a incorporação profissional de muitos trabalhadores da cultura das periferias, como é observado no caso dos trabalhadores que compõe o *Esquenta!*.

Não bastasse assistirmos a esse processo de hegemonia avançar pela capacidade do próprio capital em se generalizar, ele ainda é validado por todo um movimento intelectual universitário que cumpre a função do intelectual orgânico em favor das classes dirigentes,

garantindo esses processos seja a partir de sua afirmação como um mecanismo de participação seja, de maneira ainda mais conservadora, declarando o fim das disputas da sociedade e chamando de “carefice” outros posicionamentos que observam o fenômeno como processo de hegemonia. Um ou outro, acabam por cumprir função fundamental na construção ideológica, pois reproduzem nas instituições de ensino em que atuam a mão-de-obra intelectual necessária para constitui aquelas visões de mundo que lhes interessam.

Além disso, ele ainda vem acompanhado de uma estratégia coercitiva amparada pelo próprio Estado, que tem na política repressiva das Unidades de Polícia Pacificadoras sua mais bem acabada expressão, e que a partir da violência, busca conter aqueles que não consentem nem passiva nem ativamente com o projeto de sociedade impulsionado pela classe dirigente.

O esforço aqui realizado, nesse sentido, é humildemente, um esforço por impactar a luta política no campo intelectual apresentando a questão da mediação na produção industrial de cultura demonstrando que a presença das culturas populares na mídia não é indicativo de mudança, mas sim de um processo de hegemonia, que apropria e incorpora nossas culturas a estratégia do mercado e, com isso, realiza um duplo processo de subsunção tanto do trabalho ao capital, quanto da cultura na economia.

Com isto, vê-se toda a organização de uma cultura que constitui a hegemonia das classes dirigentes se reproduzindo tanto no nível ideológico - a partir da difusão visões de mundo fundamentais na tensão de interesses entre as classes - quanto no nível estrutural dos processos de trabalho, impondo a gestão capitalista aos processos de produção cultural e intelectual generalizando, assim, sua lógica cultural. “Nessas condições, o trabalhador intelectual, essa nova camada proletarizada, deve, superando os interesses mesquinhos e as hierarquias que a dividem, ajudar a organizar a luta contra a alienação”, para assim realizar “seu papel histórico de mediador no processo de emancipação do Homem (BOLAÑO, 2002, p. 12).

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985

ARRUDA, Maria Arminda. **A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro**. São Paulo, Ed. Duas Cidades, 1985

BARBOSA, Marialva. RIBEIRO, Ana Paula. **Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativas e temporalidade**. In: BRITTOS, Valério. BOLAÑO, César (Orgs): Rede Globo, 40 anos de poder e hegemonia. Ed. Paulus, 2005.

BARATA, Giorgio. **Antônio Gramsci em Contraponto**. Editora Unesp, 2011.

BEIRED, José. **A função social dos intelectuais**. In: AGGIO, Alberto. Gramsci: A vitalidade de um pensamento. São Paulo: Ed Unesp, 1998

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec; Pólis. 2000.

_____. **Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva**". Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política-SEP, n. 11, segundo semestre, São Paulo, 2002

_____. **Esporte e Capoeira. Identidade Nacional e Globalização**. In: Candeeiro, ADUFS, Aracaju, ano VI, vol. 9-10, out. 2003

_____. **Mercado Brasileiro de Televisão**. 2ª Ed. EDUFS. Universidade Federal de Sergipe, 2004

_____. **NOVAIS, Fernando. Conhecimento e Informação na atual Reestruturação Produtiva: para uma crítica das teorias da Gestão do Conhecimento**. In: DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação - v.5 n.3 jun, 2004

_____. BRITTOS, Valério. (Orgs): **Rede Globo, 40 anos de poder e hegemonia**. Ed. Paulus, 2005.

_____. SICSÚ, Abraham.(2006) **Economia do Conhecimento e Desenvolvimento Regional**. Palestra proferida por Abraham B. Sicsú na Faculdade de Agronomia de Botucatu-UNESP com o título "Inovação E Competitividade: Um Enfoque Regional". Disponível em <http://www.unicap.br/real/artigos/Texto2ProfAbraham.pdf>, acesso em 05/09/2014

_____. **Trabalho, comunicação e desenvolvimento**. Liinc em Revista, v.3, n.1, março, Rio de Janeiro, 2007

_____. **A centralidade da chamada economia política da comunicação na construção do campo acadêmico da comunicação: uma contribuição crítica**. In: BOLAÑO, César (Org.). Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas. São Cristóvão: UFS, 2008

_____. **Campo Aberto**. No prelo. 2012

BOY, Ohana. **Esquenta! - Mediação Cultural: tudo junto e misturado**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

_____. **“Tudo junto e misturado”:** Práticas discursivas do programa Esquenta!. Trabalho apresentado no Congresso Internacional Comunicação e Consumo, 2014.

_____. **Regina Casé: Broker Brasileira.** Trabalho apresentado no 5º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação – UFF | UFRJ | UERJ | PUC-RIO Universidade Federal Fluminense, 2012.

BRAGA, William Dias. **Novas identidades para o novo mundo do trabalho através da Cultura: o velho mantra do capitalismo revisitado.** Eptic Online – Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. ISSN 1518-2487. Vol. XVII, n.1. Janeiro–Abril 2015. Aracaju, SE: Obscom, Universidade Federal de Sergipe (UFS), 2015.

_____. **Por uma política global de inovação: Conhecimento, Educação e Desenvolvimento.** Eptic Online – Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. ISSN 1518-2487. Vol. XV, n.1. Janeiro–Abril 2013. Aracaju, SE: Obscom, Universidade Federal de Sergipe (UFS), 2013

_____. **Mediação do trabalho e estratégias de comunicação: flexibilidade e reestruturação produtiva no Brasil.** In: Comunicação, informação e cultura : dinâmicas globais e estruturas de poder / Othon Jambeiro, César Bolaño e Valério Brittos (organizadores). Salvador : Edufba, 2004.

BRAZ, Marcelo (ORG). **Samba, cultura e sociedade. Trabalhadores e sambistas entre a questão social e a questão cultural no Brasil,** Ed. Expressão Popular, 2013

BRITTOS, Valério. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional.** Tese de doutorado, UFBA, 2001

_____. **Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar** In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (Orgs). **Comunicação, informação e cultura:** dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004.

_____. ROSA, Ana Maria Oliveira. **Padrão tecno-estético: hegemonia e alternativas.** Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 17 a 19 de maio de 2010

BASTOS, Pedro Paulo Sahluth. FONSECA, Pedro Cezar Dutra. **A era Vargas: desenvolvimentismo, economia e sociedade.** Ed. Unesp; São Paulo, 2012

CANDIDO, Antônio. CASTELLO, José Aderaldo. **Modernismo. História e Antologia.** 15ª ed, Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2006

CASSIOLATO, José E. **Notas preliminares sobre sistemas de inovação e Cooperação.** Notas para discussão. IE/UFRJ. Março de 2003

CESAREO, Galvan. **La forma apartus em los media.** 1979

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci. Um estudo sobre seu pensamento político.** Editora Campus, 1992

_____. **Marxismo e Política. A dualidade de Poderes**

COUTINHO, Carlos Nelson. **O estado brasileiro: gênese, crise, alternativas.** IN: Lima JCF, Neves LMW. (Orgs). **Fundamentos da educação escolar no brasil contemporâneo.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz; 2006.

_____. **Cultura e Sociedade no Brasil. Ensaio sobre ideias e formas.** São Paulo: 4ª edição, Editora Expressão Popular, 2011

_____. **Cultura e Sociedade no Brasil.** In: BRAZ, Marcelo (ORG). Samba, cultura e sociedade. Trabalhadores e sambistas entre a questão social e a questão cultural no Brasil, Ed. Expressão Popular, 2008

COUTINHO, Eduardo Granja. **Bezerra da Silva: malandragem, marginalidade e contra-hegemonia.** In: BRAZ, Marcelo (ORG). Samba, cultura e sociedade. Trabalhadores e sambistas entre a questão social e a questão cultural no Brasil, Ed. Expressão Popular, 2008-A

_____. **Gramsci: a comunicação como política.** In: PAIVA, R; COUTINHO, E.. FILHO, J. Mídia e Poder: ideologia, discurso e subjetividade. Ed. Rio de Janeiro, MAUAD X, 2006-A

_____. **Velhas Histórias, Memórias Futuras. O sentido da tradição em Paulinho da Viola.** Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2011-A

DIAS, Rodrigo Francisco. **As brechas possíveis em uma vida na “corda bamba”: comunistas e Indústria Cultural na obra *Intelectuais Partidos*.** In: Fênix Revista de História e Estudos Culturais, vol 10, ano X, No 1

FARIA, Ivan. DAYRELL, Juarez Tarcísio. **Juventude e as Especificidades do Trabalho Artístico: Explorando o Campo.** In: Anais do V Simpósio Internacional de Trabalho, Relações de Trabalho, Educação e Identidade, 2004. Disponível em <http://www.sitre.cefetmg.br/arquivos/gt12.pdf>

FECHINE, Yvana. FIGUEROA, Alexandre (Orgs). **Guel Arraes. Um inventor no audiovisual brasileiro.** Recife: Ed. CEPE, 2008

FECHINE, Yvana. **Televisão e experimentalismo o núcleo Guel Arraes como paradigma.** In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de, 2001

_____. **Grupo ou Núcleo? Guel Arraes como referência.** Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação Audiovisual, 2007

FERREIRA, Jorge. **Os conceitos e seus lugares: trabalhismo, nacional-estatismo e populismo.** In: BASTOS, Pedro Paulo Sahluth. FONSECA, Pedro Cezar Dutra. A era Vargas: desenvolvimentismo, economia e sociedade. Ed. Unesp; São Paulo, 2012

FONTES, Virginia. **Intelectuais e mídia — quem dita a pauta?.** In: Apostila do Curso “A Crise do Capitalismo”. Realizado pela Escola Nacional Florestan Fernandes, CEPIS/ENFF/Depto. De Jornalismo da PUC, São Paulo, 2009

_____. **Sociedade Civil.** In: Dicionário da Educação Profissional em Saúde. Disponível em <http://www.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/sociv.html>, Acesso, 30 de setembro de 2014

FREITAS, Guaciara. **A relação entre mídia e periferia. Um estudo sobre o projeto Central da Periferia da TV Globo.** Tese de doutorado. Unisinos, 2011

FRIGOTTO, Gaudêncio. **Educação e a crise do capitalismo real..** São. Paulo: Ed. Cortez, 2010

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1984

_____. **Desenvolvimento sócio-econômico brasileiro**. Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1976.

GRAMSCI, Antônio. **Os intelectuais e a organização da Cultura**. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 5ª ed., 1985

_____. **O leitor de Gramsci. Escritos Escolhidos, 1916-1935**. Org.: Carlos Nelson Coutinho. Civilização Brasileira, 2011.

HABBERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1988

LASTRES, Helena Martins. FERRAZ, João Carlos. **Economia da Informação, do Conhecimento e do Aprendizado**. In: Informação e globalização na era do conhecimento / Helena M. M. Lastres, Sarita Albagli (organizadoras). — Rio de Janeiro: Campus, 1999

LOPES, Ruy. SANTOS, Verlane. **Economia, cultura e criatividade: tensões e contradições**. Disponível em: Carta Maior <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/Economia-cultura-e-criatividade-tensoes-e-contradicoes-%0d%0a/12/16464>. Acesso em 07/04/2014

LUNDVALL, BENGT-AKE. BJORN, Jhonson. **Promovendo sistemas de inovação como resposta à economia do aprendizado crescentemente globalizada** In: LASTRES, H.M. M.;

LUNDVALL, BENGT-AKE **Políticas de Inovação na Economia do Aprendizado**. Primeira abordagem na contribuição ao projeto “Produtividade Local por Amostragem Setorial e Sistemas de Inovação” no Brasil; novas políticas industriais e tecnológicas (1º de agosto de 2000)

MARTIM-BARBERO, Jesús. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995

MARX, Karl. ENGELS, Friedric. **Cultura, Arte e Literatura. Textos Escolhidos**. Org: José Paulo Netto. São Paulo, Ed. Expressão Popular, 2012

MEIRELLES, Paola. **Samba, corpo e identidade cultural fora e dentro da TV**. Trabalho apresentado no GT Corpo e Gênero na contemporaneidade do IX Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, 2012

MELLO, João Manuel Cardoso de. **O Capitalismo Tardio**. São Paulo, Braziliense, 3ª ed. 2002.

MICELI, Sérgio. **Formação do campo intelectual e da indústria cultural no Brasil Contemporâneo**. Descrição de Pesquisa Fapesp. 2014

_____. **A noite da madrinha. E outros ensaios sobre o éter nacional**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MONTERO, Paula. **A cultura popular na fabricação da identidade nacional**. Revista Fapesp, 1994

_____. **Cultura e Democracia no processo de globalização**. In: Revista Cebrap, NOVOS ESTUDOS N.º 44, 2004

_____. **Gilberto Velho - Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas. Resenha** In: Revista de Antropologia, São Paulo, USP, v. 37, 1994-A

MOTA, Carlos Guilherme. **Ideologia da Cultura Brasileira**. São Paulo, Ed. Ática, 1992

PORCHMAN, Márcio. **Nova Classe Média? O trabalho na base da pirâmide social**. São Paulo: Boitempo, 2014.

ROCHA, Maria Eduarda. **O Núcleo Guel Arraes e a reconstrução da Imagem da TV Globo; Guel Arraes: leitura social de uma biografia**. In: FECHINE, Yvana. FIGUEROA, Alexandre (Orgs). Guel Arraes. Um inventor no audiovisual brasileiro. Recife: Ed. CEPE, 2008

_____. **Em busca de um ponto cego: notas sobre a sociologia da cultura no Brasil e a diluição da mídia como objeto sociológico**. In: Revista Sociedade e Estado - Volume 26 Número 3 Setembro/Dezembro 2011

_____. **O Núcleo Guel Arraes da Rede Globo e a consagração cultural da “periferia”**. In: 36º Encontro Anual da Anpocs, São Paulo, 2013

_____. **A periferia na televisão brasileira, entre a festa e a violência**. El País, 5 JUL 2014.

ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor (Orgs.). **Intelectuais Partidos: os comunistas e as mídias no Brasil**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2012, p. 43-72

ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor; RIBEIRO, Ana. **História da Televisão Brasileira. Do início aos dias de hoje**. Ed. Contexto, 2010

RUBIM, Albino. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In: Políticas Culturais no Brasil. Ed. UFBA, 2007

SANTOS, Verlane. (*et alli*) **Economia Política da Música em Sergipe: trabalho, tecnologia e mercado**. Pesquisa em Políticas Públicas no Estado de Sergipe. 1ed. São Cristóvão: Editora UFS, 2014

SCHWARZ, Roberto. **Cultura e Política**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2009

_____. **Nacional por subtração**. In: SCHWARZ, R. Que horas são? São Paulo: Companhia das Letras, 1987

SEGNINI, Líliliana R. P.. **Criação rima com precarização: análise do mercado de trabalho artístico no Brasil**. In: Anais do CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA, 23., 2007, Campinas. Campinas: UNICAMP, 2007. p. 1-38

SECCO, Lincoln. **Hegemonia na Atualidade**. Artigo publicado no Boletim “Informe” (FFLCH-USP, 2010).

SIMIONATTO, Ivete. **O social e o político no pensamento de Gramsci**. In: AGGIO, Alberto. Gramsci: A vitalidade de um pensamento. São Paulo: Ed Unesp, 1998

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco. Um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1988

VARGUES, Guilherme. **Sambando e lutando: as escolas de Samba do Rio de Janeiro e as trajetórias de Paulo da Portela e Antônio Candeia.** In: BRAZ, Marcelo (ORG). Samba, cultura e sociedade. Trabalhadores e sambistas entre a questão social e a questão cultural no Brasil, Ed. Expressão Popular, 2013

VARJÃO, Demétrio. **Indústria Cultural e Música: reestruturação da indústria fonográfica e o mercado da música em Sergipe.** 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe.

VELHO, Gilberto. Projeto e Metamorfose: antropologia das sociedades complexas. J. Zahar Editor, 1994

_____, KUSHNIR, Karina (Orgs). **Mediação, cultura e política.** Rio de Janeiro, Ed. Aeroplano, 2001

VIANNA, Hermano. **O mistério do Samba.** 2ª ed, Rio de Janeiro, Ed. Jorge Zahar; Ed UFRJ, 1995

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional.** São Paulo: Ed. Braziliense, 2006

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV.** Ed. Record: Rio de Janeiro, 2014.